خدمات المعلومات المرسمة

محمد خلف الميموني
محاضر بقسم المكتبات والمعلومات
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

الرياض
١٤١٤ هـ / ١٩٩٣ م

بسم الله الرحمن الرحيم

مطبوعات

مكتبة الملك فهد الوطنية

السلسلة الثانية

(١٧)

تعنى هذه السلسلة بنشر الدراسات والبحوث
في إطار علم المكتبات والمعلومات بشكل عام

٠٢٥,٥٢ الميموني ، محمد خلف
٩٩٥ م
خدمات المعلومات المرسمة/ اعداد محمد خلف الميموني .-
الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ١٤١٤هـ/ ١٩٩٣م .
٦٢ ص؛ ٢٤سم .- (السلسلة الثانية ؛ ١٧)
ردمك ٦-٣-٠٠-٠٠٠-٩٩٦٠
١ .الارشاد المرجعي ٢. المعلومات
أ. العنوان ب . السلسلة

رقم الإيداع : ٤ ... ـ ١٤
ردمك : ٦-٣-٠٠-٠٠٠-٩٩٦٠

المملكة العربية السعودية الرياض : ١١٤٧٢ ص.ب :٧٥٧٢ هاتف : ٤٦٢٤٨٨٨ ناسوخ :٤٦٤٥٣٤١

المحتويات

قائمة الأشكال والجداول

الصفحة

المقدمـــــة

تنتشر ، في الوقت الراهن، وفي العديد من بلدان العالم، المؤسسات التي تقوم بتقديم خدمات المعلومات مقابل رسوم مالية . وقد تكون هذه المؤسسات مستقلة تعتمد في دخلها المادي على تقديم خدمات المعلومات، أو أن تكون من المؤسسات التابعة للقطاع العام أو لمؤسسات غير تجارية، كالمكتبات ومراكز المعلومات ، تقدِّم بعض خدماتها مجّانًا وتتقاضى الرسوم عن بعض الخدمات الأخرى كالبحث المباشر أو توصيل الوثائق أو الاستنساخ، كما تقوم أيضًا ، مؤسسات القطاع الخاص التي تعمل في مجالات مرتبطة بالمعلومات كالنشر والتسويق والتدريب وما أشبه ذلك بتقديم بعض الخدمات المرسمة.

وفي الدول العربية مازالت المكتبات ومراكز المعلومات تقدِّم خدماتها المعتادة مجانًا إلا في بعض المجالات المحدودة كالبحث المباشر في قواعد المعلومات والتصوير والاستنساخ فهي تتقاضى عن ذلك رسومًا رمزيَّة، الهدف منها في المقام الأول الحدُّ من استخدام تلك الآلات والحد من هدر الأموال التي تصرف في شرائها وتشغيلها وتوفير مستلزماتها من ورق وغيره بدون مبرِّر. أما ذلك النوع من مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة المستقلة المنتشرة في الغرب فلا تكاد توجد اللّهمَّ إلا في مجالات محدودة كالطباعة والترجمة مثلاً وهي خدمات لاتدخل، عادةً ، ضمن الخدمات المجانية التي توفرها المكتبات ومراكز المعلومات ومع ذلك فإننا نرى أن بذور الأسباب والمبررِّات، وهي في معظمها أسباب ومبررِّات اقتصادية ناتجة عن الارتفاع المتزايد للطلب على المعلومات، التي أدت إلى وجود هذا النوع من الخدمات في البلاد الأخرى موجودة في البلاد العربية، مما سيؤدي إلى انتشاره مستقبلاً في البلاد العربية، خاصَّة عندما تدرك المؤسَّسات التجارية والصناعية قيمة المعلومات وأهميتها في توسيع نشاطاتها وزيادة مكاسبها.

ويهدف هذا الكتاب لتقديم وصف موجز للممارسات الجارية، وإبراز أهم القضايا والمشكلات المتعلقة بالموضوع، مصحوبة بالإشارات المرجعية إلى أهم المصادر المناسبة الأخرى، على أمل أن يساعد ذلك الراغبين في دخول هذا المجال على التخطيط لتقديم هذا النوع من الخدمات، وأن يسهم في إطلاع المتخصصين والدارسين لعلوم المكتبات والمعلومات على أحداث التطورات في مجال تخصصهم.

وقد قسمٍ الكتاب إلى ستة فصول خصص كل فصل منها لتناول جانب من جوانب الموضوع، فالفصل الأول يقدم تعريفاً لخدمات المعلومات المرسَّمة وتاريخ نشأتها مع عرض لمبررات وجودها. وفي الفصل الثاني عرض للأساليب المتبعة في التخطيط لإنشاء وتجهيز مؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة وطرق تسويق هذه الخدمات. والفصل الثالث عرض لأنواع الخدمات مع شرح موجز لكل خدمة، والفصل الرابع تعريف بالمصادر المختلفة التي يمكن لمؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة اللجوء إليها لإنجاز مايطلب منها من خدمات، ويتناول الفصل الخامس أبرز القضايا والمشكلات التي تواجه هذا النوع من المؤسسات، وأخيراً، يعرض الفصل السادس للتوقعات المتعلقة بمستقبل هذه المهنة عالمياً مع مناقشة إمكانات نجاحها في البلاد العربية .. وفي نهاية الكتاب ثبت بأهم المصادر التي يمكن اللجوء إليها للحصول على معلومات أكثر تفصيلا في الموضوع.

وفي الختام نأمل أن يجد القارىء في هذا الكتاب مانرجوه له من المتعة والفائدة، وأن يكون بداية لدراسات أكثر توسعاً حول موضوع خدمات المعلومات المرسَّمة.

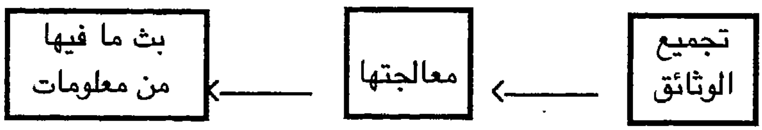
وبالله التوفيق

الفصل الأول

خدمات المعلومات المرسمة

نبذة تاريخية

يشير مصطلح «خدمات المعلومات» إلى مجموع العمليات التي تهدف إلى تجميع المعلومات وتنظيمها ومن ثم إتاحتها لمن يحتاج إليها، ويمثل رشيد عبدالحق للعناصر المختلفة التي تؤلف خدمات المعلومات بالشكل التالي(١) :



وقد ظلت هذه الخدمات تقدَّم من قبل المكتبات ومراكز المعلومات مجَّانًا ودون أية رسوم حتى الأربعينات من هذا القرن التي شهدت إنشاء خدمة المعلومات الفرنسية « SVP » التي كانت تقوم بالإجابة عن أسئلة واستفسارات الشركات ورجال الأعمال مقابل اشتراك شهري . وقد واجهت هذه الفكرة في بداياتها الكثير من الشكوك في مدى إمكانية استمرارها، إذ لم يكن أحد آنذاك ليصدِّق أن بإمكان الفرد أو الشركة الصغيرة أن تعيش على أساس المتاجرة بالمعلومات فقط، غير أن هذه الشكوك قد تبددت تمامًا في مدة وجيزة، واصبحت (SVP) تمتلك مكاتب فرعية في عدد من الدول في كافة أنحاء العالم بما في ذلك استراليا واليابان وإيطاليا وإنجلترا والولايات المتحدة ؛ حيث افتتح فرع لها في نيويورك تحت اسم (FIND/SVP) (٢) .

(١) رشيد عبدالحق. المصطلحات العربية في علوم المعلومات. تونس : المعهد الأعلى للتوثيق، ١٩٨٣م ص ٢٩

(٢) Kelly Warnken. The Information brokers: how to start and operate your own fee-based service. (Information Management Series2). New York: R. R. Bowker Com., 1981. P. 5

وقد شهدت نهاية الستينات وبداية السبعينات بداية الاهتمام الواسع بخدمات المعلومات المرسمة في معظم دول العالم؛ حيث أصبحت قطاعاً مزدهراً يحظى بالعناية والاهتمام من قبل جمعيات ومدارس المكتبات والمعلومات، فبالرغم من أن المشتغلين في هذا الحقل يتحدّرون من خلفيّات تربوية ومهنية، إلا أن جذور المهنة راسخة في عالم المكتبات، فمعظم هؤلاء من المكتبيين، أو المتخصصين في مجال المعلومات الذين بدأوا مزاولة نشاطهم كنتيجة لحركة (الخيارات المفتوحة للمكتبيين) التي ظهرت في كاليفورنيا في بداية السبعينات، ولذلك نجد أن مؤسسات خدمات المعلومات المرسّمة في الولايات المتحدة ترتبط بشكل وثيق بجمعيات المكتبات والمعلومات، وخاصة جمعية المكتبات المتخصصة (SLA). كما أبدت مدارس المكتبات اهتماماً واضحاً بهذا الحقل، حيث أدخلته العديد منها ضمن برامجها للتعليم المستمر، كما عقدت العديد من الندوات والدورات التدريبية للعاملين في مؤسسات خدمات المعلومات المرسّمة والمكتبيين المستقلين، وقد عقدت أول دورة من هذا النوع لدى مدرسة دراسات المعلومات بجامعة سيراكيوز عام ١٩٧٦م، واستمرت في تقديم تلك الندوات والدورات التدريبية منذ ذلك الحين(١).

وفي يونيو ١٩٨٧م، عُقد أول مؤتمر دولي مكرّس لمناقشة قضايا مؤسسات خدمات المعلومات المرسّمة، تم تمويله مشاركة بين شركة لخدمات المعلومات المرسّمة هي « Information express» ومدرسة علم المكتبات والمعلومات بجامعة وسكانسن في ملواكي، وقد أسفر هذا المؤتمر عن إنشاء منظمة دولية هي : جمعية مهنيي المعلومات المستقلين « AIIb» وفي أوروبا عقدت جماعتان تابعتان لجمعية المكتبات المتخصصة ومكتب المعلومات « Aslip» هما : « One» AEBIG Man Band مؤتمرات عن بعض مظاهر الموضوع لإعلام أعضائهما عن مؤسسات خدمات المعلومات المرسّمة(٢).

---

(١) Lorig Maranjian and Rishard W. Boss. Fee- Based Information Services: A Study of a Growing Industry. (Information management series1). New York: R.R. Bowker, 1980. pp. 6-8.

(٢) Jean Marshal Crawford Information broling : a new career in Information work. (Library Association Pamphlet, 41) London: LA, 1988 PP. 3-5.

أنماطها :

لقد أدّى هذا الأزدهار في قطاع خدمات المعلومات المرسّمة إلى ظهور نمطين مختلفين لهذا النوع من الخدمات :

١ - الخدمات المرسّمة في المكتبات ومراكز المعلومات، وهي المؤسسات التي ظلت لزمن طويل تقدم خدمات المعلومات مجانًا، ولذلك كان اتجاهها لتقاضي رسوم على بعض الخدمات مثارًا لجدل واسع بين المؤيدين الذين يرون أن تكاليف المكتبات، بكل أنواعها، قد أصبحت مرتفعة بشكل يثير القلق، وقد تزامن هذا الارتفاع في التكاليف مع الضغوط الاقتصادية المتزايدة على الميزانيات العامة، مما فرض على المكتبات أن تعمل جنبًا إلى جنب مع الجهات المموّلة لإيجاد أساليب جديدة لتغطية التكاليف المتصاعدة للتشغيل، ويبدو أن أفضل السبل لتحقيق ذلك هو فرض رسوم على كل، أو بعض الخدمات(١)، والمعارضين الذين يعتقدون أن حرية الحصول على المعلومات تقتضي أن تستمر المكتبات بتقديم خدماتها دون أية رسوم، وقد عبّر عن هذا الموقف بكل وضوح بيان مؤتمر البيت الأبيض عن خدمات المكتبات والمعلومات « **لكل الناس الحق في الحصول على المعلومات من المكتبات العامة والمكتبات المدعومة بالأموال العامة مجانًا ومن دون أيّة رسوم**»(٢) ويوضح (الجدول رقم ١) وجهات نظر المؤيدين والمعارضين.

٢ - مؤسسات خدمات المعلومات المرسّمة المستقلة : وهي تلك المؤسسات التي يكون مصدرها الرئيسي للدخل تقديم خدمات المعلومات سواء كان المالك فردًا أو شركة. وهناك العديد من المصطلحات التي تتردد في الإنتاج الفكري للدلالة على المشتغلين في هذا المجال، منها:

سمسار المعلومات	Information broker
استشاري المعلومات	Information consultant

(١) Ellis Mount. ed. Fee-based services in Sci-Tech Libraries. New York: The Haworth Press, 1984. P. 1.

(٢) Alex Wilson The information rich and Information poor Aslib proceedings 39, no, . 1 (January 1987) : 4.

جدول رقم ١

مبررات المؤيدين والمعارضين للرسوم على خدمات المكتبات (١)

المؤيدون	المعارضون
تبرز قيمة وأهمية خدمات المكتبة .	خدمات المكتبة من الحقوق العامة ، وحرية الحصول عليها حق طبيعي لكل مواطن .
الرسوم تشجع الاستخدام الفعال للخدمات العامة، فالمستفيدون سيحرصون على الإفادة من الخدمة إلى أقصى حد عندما يتوجب عليهم دفع التكاليف المصاحبة لتلك الخدمة .	ستتعرض مجانية الخدمة المكتبية التقليدية للخطر، فـفرض الرسوم سيكون بداية النهاية لخدمات المكتبة المجانية .
سترفع الرسوم مستويات الخدمة بناء على الحاجة والطلب، ويعد استعداد الجمهور للدفع مقابل الخدمة مؤشراً جيداً على أهميتها مما سيدفع الحكومة لدعمها .	تؤدي الرسوم إلى التفرقة، فالذين لديهم القدرة على دفع الرسوم هم الذين يمكنهم الحصول على الخدمات الخاصة، وبذلك سيكون الحصول على الخدمة بناء على قدرة الدفع مقابل الخدمة بدلاً من الحاجة إليها .
الرسوم تساعد في التطوير الإداري كزيادة الإنتاجية ، والاستغلال الأمثل للوقت، ووضع خطة للإدارة مبنية على الكفاءات العاملة والتجهيزات والموارد المتاحة، كما أن ضبط الشئون المالية سيكون أكثر دقة في الأقسام التي تدير خدمات مرسمة .	سيكون تركيز المكتبات على الخدمات التي تدر أرباحاً مالية وستهمل الخدمات الأخرى حتى وإن كانت ضرورية للفئات الاجتماعية غير المقتدرة مالياً
تحد الرسوم من الإفراط وتبديد الخدمات بدون مبرر .	قد تدفع الرسوم الحكومة إلى خفض دعمها للمكتبات على المدى الطويل .
توفر الرسوم الإمكانات المالية للصيانة المستمرة ، وذلك لإصلاح التلف والأعطال وقت وقوعها دون الحاجة للانتظار حتى موعد الصيانة الدورية	قد لا تستخدم عوائد الرسوم لدعم خدمات المكتبة، فقد تعاد لخزينة الدولة، ثم توزع في مجالات أخرى لا علاقة لها بالمكتبة .

(١) National Commission on Libraries and Information Services "The role of fees in supporting library and Information services in public and Academic Libraries Collection Building 8, No. 1 (1987) : 9-10.

تابع جدول رقم ١

الخدمات الاستثنائية يجب أن لا تقدم إلا لمن لديهم الاستعداد لدفع مقابل خدمات من هذا النوع الذي لا يعتبر من خدمات المكتبة التقليدية ، وبذلك يكون الخيار للمستفيد في الحصول عليها .	من الصعب قياس منافع المكتبة الاجتماعية، ولذلك لا يمكن تحديد الرسوم بشكل مناسب والرسوم الحالية وضعت بناء على العادات والتقاليد وليس بناء على التحليل الدقيق للاحتياجات والتكاليف .
تتحكم الرسوم بارتفاع وانخفاض الطلب على الخدمة، فإذا كان الطلب على الخدمة أكبر من القدرات المتوفرة لتلبية هذا الطلب، فإن بإمكان الرسوم أن تحد من الاستخدام غير الضروري للخدمة .	من الصعب التمييز بين الخدمات الخاصة والخدمات الأساسية والتمييز بينهما، فالخدمات التي كان ينظر إليها في السابق على أنها خدمات خاصة أصبحت الآن تصنف كخدمات أساسية .
تصاعد تكاليف الخدمات جعل من فرض الرسوم أمراً لا مفر منه ، بالإضافة إلى أن حرية الحصول على المعلومات لا تعني أن خدمات المعلومات يجب أن تكون بدون رسوم .	القطاعان العام والخاص قطاعان منفصلان ويجب أن يظلا كذلك، فللقطاع الخاص الحق في فرض الرسوم والبحث عن الربح بينما على المؤسسات الممولة بالأموال العامة أن تقدم خدماتها حسب ميزانيتها ولا يجوز أن تتقاضى أية رسوم عن خدماتها .
معظم المستفيدين من المكتبات بإمكانهم دفع الرسوم، فهم غالبا من الفئة الشابة المثقفة ذات الدخل المتوسط، أما ذوي الدخل المنخفض فإن استخدامهم للمكتبة محدود . الرسوم لا تغطي إلا جزءاً ضئيلاً من كامل تكلفة الخدمة .	تكلفة إدارة وتقاضي الرسوم ستستغرق معظم المال الذي يرد من هذه الرسوم . معظم المستفيدين لا يحتاجون كثيرا لخدمة البحث المباشر المرسمة، لأنهم لا يهتمون غالبا بمدى السرعة التي يحصلون بها على الخدمة، ولذلك فإن خدمات البحث المباشر المرسمة ما هي في الواقع إلا لراحة المكتبين لا المستفيدين .
رسوم معظم الخدمات بسيطة ولا تحتاج لمصروفات كثيرة . قد تقتضي السياسة العامة للحكومة فرض رسوم على الخدمات .	إذا كان لا يمكن تقديم الخدمة بدون رسوم فليس هنالك حاجة إليها . تطوير الأداء الإداري وتوصيل الخدمات يلغي الحاجة للرسوم . هنالك معارضة قوية من قبل العاملين في المكتبات للرسوم . تقاضي رسوم عن الخدمة يعرض المكتبة لمخاطر المساءلة القانونية، بسبب المسئوليات التي يقتضيها تقديم خدمات مرسمة .

أخصائي المعلومات	Information specialist
المكتبي المستقل	Freelance librarian
موزِّع معلومات	Information trailer
وسيط المعلومات	Infomediary

ومع أن هذه المصطلحات جميعًا تدل، كما يذكر كروفورد (Crawford) ، على الشخص الذى يقدم خدمات المعلومات بأجر[١]، دون أن يشير إلى أية فوارق في مدلولاتها، إلا أن وارنكين (Warnken) تشير إلى أن هنالك بعض الفوارق التي تنبع من نوعية الخدمات التي يقدمونها[٢]:

١ – استشاري المعلومات « Information consultant» يقوم عمله على تقديم مقترحات لحلِّ المشكلات وقد يقوم بتنفيذ ذلك الحل بنفسه، كأن يوصي، مثلاً بضرورة إعادة تنظيم المعلومات، وينتهي بالقيام بتلك المهمة بذاته.

٢ – سمسار المعلومات « Information broker» أو وسيط المعلومات « Informediary » هو الذي يقوم بتزويد عملائه بالمعلومات حسب الطلب، وليس من اختصاصه، غالبًا، تقديم النصح أو وجهات النظر بل الحقائق، ومع ذلك فإن الخدمات التي يقدِّمها قد تتضمن أحيانًا بعض الخدمات الاستشاريّة.

٣ – المكتبي المستقل « Freelance librarian» هو الذي يقوم بأعمال حسب الطلب، ولمدة محدودة، تتطلب متخصصين في علم المكتبات والمعلومات، وغالبًا مايكون ذلك في مقرِّ عمل العميل نفسه. وقد يكون متخصصًا في عمل واحد كالفهرسة أو التكشيف.

أسباب انتشارها :

لقد تضافرت عدة عوامل أدّت إلى نموِّ هذا القطاع، وسعة انتشاره، ومن بين

---

(١) Crawford, P.I.

(٢) Warenken, P. م ، و

هذه العوامل: ارتفاع وعي الشركات بقيمة المعلومات، وخفض الإنفاق في القطاع العام، وانخفاض تكاليف البحث المباشر في قواعد المعلومات ، ونمو الدعم للأعمال الصغيرة، وازدياد حجم وتعقيد صناعة المعلومات(١). ومع أن وايت قد ركز في هذه الدراسة على المسرح الأمريكي، إلا أننا نستطيع أن نقول إن عدداً من العوامل التي أدّت إلى ظهور مؤسسات خدمات المعلومات المرسّمة في الولايات المتحدة موجودة أيضاً في العديد من الدول الأخرى بما في ذلك الدول العربية. فمنذ الستينات والمكتبات غير قادرة على متابعة كافة أوعية الإنتاج الفكري، وخاصة المكتبات المتخصصة التي نتيجة لارتفاع تكلفة المواد كالدوريات والكتب لم تعد تسعى إلى الاكتفاء الذاتي، بل أخذ العديد منها يركز على الاستفادة من مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة كجزء من خطة التشغيل(٢).

وقد ارتفع في السنوات الأخيرة الطلب على المعلومات من المؤسسات التجارية والصناعية، بل والهيئات الحكومية والجمعيات الخيرية، إدراكاً من تلك المؤسسات والهيئات لأهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه المعلومات في التخطيط السليم واتخاذ القرارات المناسبة؛ حيث يدور اعتقاد بأن عدم القدرة على اتخاذ القرار في موضوع من الموضوعات يعود في المقام الأول إلى عدم توافر المعلومات الكافية عن ذلك الموضوع، ويمكن أن نجمل الأسباب التي تدعو إلى استخدام مؤسسات خدمات المعلومات المرسّمة بما يلي(٣) :

١ - تيسير العمل وهو الاعتبار الرئيس؛ إذ أن مؤسسات خدمات المعلومات المرسّمة توفر مجموعة واسعة من الخدمات تجعل العملاء يعتمدون عليها في إنجاز طلباتهم بكل يسر . فبإمكان المؤسسة أن تؤدي المهمة بنفسها، أو أن تحيلها إلى مؤسسة أخرى، أو أن تقوم بتعريف العميل على مؤسسة أخرى تكون متخصصه في الموضوع.

(١) Martin S. White Information broking services in USA (British Library Research & Development Report, 5624) . London: British Library, ١٩٨٠ ,

(٢) James B. Dodd " Information Brokers" Special Libraries 67 (May/June 1976), ٢٤٣ ,

(٣) Crawford, P. 24-27.

٢ – التحكم بالتلكفة : وهو أمر مهم جداً، فالمستفيد يستطيع عن طريق تكليف مؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة بالبحث عن المعلومات عندما يحتاجها تحديد تكلفة العملية، بكل دقة، وهو الشيء الذي لايمكن عمله عند إنشاء قسم خاص بخدمات المعلومات داخل مؤسسته، فالعميل يدفع لخدمات المعلومات عندما يحتاجها فقط ويعرف تكلفتها مباشرة.

٣ – سرِّية الخدمة، تعدُّ سرية الخدمة مهمة جداً في هذا المجال، فمع أن العملاء لايهمهم ، غالباً، أن يطلبوا الإجابة عن استفساراتهم من مورِّد معلومات عام، إلا أن العميل في بعض الحالات قد يرغب في الاحتفاظ باستفساراته سراً عن الآخرين حتى في شركته ذاتها، ولذلك يلجأ إلى مؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة من أجل المحافظة على السرية، وعلى هذه المؤسسات أن تدرك ضرورة الحذر والسرية.

٤ – تنظيم المعلومات، مما يوفر للعميل الوقت والجهد، فمؤسسة خدمات المعلومات المرسَّمة تختار المعلومات التي يحتاج إليها العميل، ثم تعرضها حسب الشكل الذي طلبت به تماما.

٥ – تجميع المعلومات من المصادر المتعددة، فليس هنالك وحدة معلومات تستطيع أن تضم كل المعلومات المتاحة عن كل موضوع، لذلك فإن فعالية التكلفة ستكون أفضل عند تكليف مؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة بالبحث عن المعلومات المطلوبة من خلال شبكتها الواسعة لمصادر المعلومات.

٦ – طلبات المعلومات ليست مقيَّدة بالحدود السياسية أو الجغرافية، وهنالك عدد من مؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة التي تعمل على نطاق دولي. وحتى المؤسسات الصغيرة لها اتصالات في دول عديدة أو أنها قادرة على عمل الاتصال إذا كان مطلوباً. ومن أهم الوسائل التي تبني مؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة اتصالاتها الدولية الدليل التالي :

Helen P.Burwell. ed. Directory of fee-based information services. Houston, Texas: Burwell Enterprises, (published annually).

٧ – السرعة والمرونة، وهما من السمات المميزة لمؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة. فقد تتطلب إحدى الحالات رسولاً لتوصيل تقرير إلى نيويورك خلال(٢٤) ساعة، بينما لاتحتاج الخدمة التالية إلا إلى البريد العادي، ولدى مؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة أسلوب متميز لتقديم خدمة عالية السرعة، ومرن بما فيه الكفاية لتلبية متطلبات العملاء.

٨ – استعداد مؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة لتحمل المجازفات مما يعني أن المؤسسة تستطيع أن تضع سعراً للخدمة، وأنها ستقدم الخدمة حسب السعر المعطى، وهذا يتضمَّن مجازفة ولكن المؤسسات مستعدَّة للعمل بهذه الطريقة.

٩ – تستطيع مؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة أن تعطي للمشكلة اهتمامها الكامل، وهو الشيء الذي يصعب عمله على المكتبيين أو اختصاصيي المعلومات بسبب ارتباطهم بأعمالهم اليومية في وحدة المعلومات التي لايستطيعون أن يلقوا بها جانباً ليركزوا على مشكلة واحدة.

الفصل الثاني

الإدارة والتنظيم

تتطلب إدارة خدمات المعلومات المرسَّمة أن تتوافر في المدير نفس المهارات التقليدية التي تتطلبها إدارة الأعمال الحرَّة الأخرى، ومن أبرز هذه المهارات القدرة على الإبداع، ومواجهة المتغيِّرات والمنافسة، والحماس للعمل، والقدرة على حل المشكلات واتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب، والخبرة في معاملة العملاء[1]. وهي مهارات ضرورية لكي يتمكن من القيام بمهامه الإدارية على أكمل وجه، وتتمثل هذه المهام الإدارية التي يجب أن تكون موضع العناية والاهتمام، عند الرغبة في إنشاء خدمات المعلومات المرسَّمة، بالتخطيط، وتوفير التجهيزات الأساسية، والتسويق، وتكوين شبكة من العلاقات العامة.

التخطيط:

يعدُّ التخطيط المدروس الركيزة الأساسية لنجاح أي عمل في المستقبل، وعند التفكير في إنشاء خدمات المعلومات المرسَّمة، سواء كانت مستقلة أو ضمن مؤسسة أكبر، فإن اتخاذ الخطوات التالية يعدُّ أمراً ضرورياً ، مع الأخذ بالحسبان أن هذه الخطوات ليست كل شيء، ولكنها الخطوط العامة اللازمة للنجاح عند القيام بإنشاء أي عمل حر.

أ - التعرف على السوق :

العمل الناجح هو الذي يعتمد على تقديم خدمات يكون الطلب عليها مرتفعاً، ولدى العملاء الاستعداد لدفع المال مقابل الحصول عليها، ومن الأفضل للمؤسسة التي تنوي تقديم خدمات المعلومات المرسَّمة أن تضع

---

(١) Donald M. Arnoudse and others. Consulting skills for Information professionals. Homewood, Ill.: Dow Jones-Irwin, ١٩٨٩

حدوداً للخدمات التي ستقدِّمها وأن تتوجه إلى قطاع أو قطاعات محددة لتسويق هذه الخدمات، ومن الأساليب المتبعة في هذا الصدد، وضع قائمة بالشركات والمؤسسات والأفراد الذين يتوقع أن يكونوا عملاء للمؤسسة ، والتعرف على أنواع الخدمات التي يحتاجون إليها، ومدى استعدادهم للإنفاق من أجل الحصول على هذه الخدمات، ومن ثم حصر هذه القائمة بتلك الخدمات التي يتوقع أن يكون لها عائد مناسب للمؤسسة.

٢ - تحديد الصيغة القانونية للمؤسسة :

يمكن للمؤسسة المستقلة التي ترغب في تقديم خدمات المعلومات المرسَّمة أن تتخذ الشكل القانوني الذي تراه مناسباً ، فقد تكون : مؤسسة خاصة ، أو شركة تضامن، أو شركة محدودة.

ولكلٍّ واحد من هذه الأشكال مزاياه وعيوبه، وعلى المؤسِّس أن يستفسر من الجهات المسئولة عن مزايا وعيوب كل نوع، والإجراءات المتبعة لتحديد نوع العمل قبل أن يتخذ أي قرار بهذا الشأن، علماً أن من الممكن تغيير الصيغة القانونية للعمل إذا ماتوسعت أعمال المؤسسة مع مرور الوقت.

٣ - سياسة العمل :

ليس هنالك قواعد جاهزة تستطيع مؤسسة خدمات المعلومات المرسَّمة الناشئة أن تستعين بها في التعامل مع عملائها، فلكل مؤسسة وضعها الخاص الذي يختلف، عن مثيلاتها من المؤسسات الأخرى، باختلاف الظروف الاجتماعية والاقتصادية وأنظمة التعامل التجاري في البلد الذي تقع فيه المؤسسة، غير أن الاطلاع على بعض الإرشادات التي أعدتها الجمعيات المتخصصة، وتجارب وأفكار الآخرين في هذا المجال، قد يفيد في صياغة بعض المبادىء، وخاصة مايتعلق منها بإجراءات التعاقد بشكل يحفظ حقوق الطرفين : المؤسسة والعميل معاً،

وقد أوضحت التوصيات، التي أعدتها لجنة خدمات المعلومات بجميعة المكتبات البريطانية للاستشاريين العاملين في علم المكتبات والمعلومات وتم إقرارها من قبل جمعية المكتبات المتخصصة ومكتب المعلومات «Aslib » . ومعهد علماء المعلومات ، وجمعية المكتبات (البريطانية)، النقاط التي يجب الاتفاق عليها بين الاستشاري والعميل قبل القيام بأي عمل، ومع أن هذه التوصيات خاصة بالاستشاريين إلا أن من الممكن أن يستفيد منها العاملون في مجال خدمات المعلومات المرسَّمة بشكل عام، وأبرز هذه التوصيات(١):

١ – مجال وأهداف العمل .

٢ – الرسوم وطريقة تسديدها .

٣ – وقت بداية العمل ووقت تسليم النتائج النهائية.

٤ – الشروط التي تحكم اشتراك طرف ثالث في العمل.

٥ – التعويض عن أية نفقات إضافية.

٦ – الأسس التي يمكن أن يتم بناءً عليها إدخال أي تغيير في مجال أو شروط العمل، بما في ذلك إمكانية إلغاء أو توسيع الانفاق، وكيفية حل أي خلاف بين الطرفين.

٧ – بعض الأمور الأخرى مثل، الجزاءات والمسئولية عن النتائج، وحقوق كل من المؤسسة والعميل في نشر وطبع البحوث التي قامت المؤسسة بتنفيذها .

وهناك مسألة جديرة بالاهتمام في هذا الصدد هي : هل يجب أن يسجل هذا الاتفاق في عقد مكتوب ، أم يكتفي بالاتفاق الشفوي؟ ذلك موضع خلاف في وجهات النظر، فهنالك من يرى أنه يجب أن وجود عقد مكتوب تفاديًا لأي

(١) The Library Association. Library and Information Services Committee for Consultants working in Librarianship and Informationsciance" IFLA Journal 10, No. 3 (1984): 276-277

خلاف قد يقع في المستقبل بين المؤسسة والعميل، وقد يكون ذلك العقد مبسطاً تسجل فيه النقاط المهمة في الاتفاق، وخاصة نوع الخدمة، والمدة الزمنية التي يجب أن تنجز فيها، وكيفية احتساب التكاليف، وطريقة التسديد (انظر الشكل ١) وقد يكون العقد رسمياً (انظر الشكل ٢) يرفق به ملحق بالشروط والتعهدات (انظر الشكل ٣) وغالباً ماتستخدم الصيغة الأولى للاتفاق على خدمة مؤقتة، بينما تستخدم الثانية للاتفاقيات طويلة الأجل التي تتضمن مجموعة متنوعة من الخدمات من ناحية أخرى، نجد أن البعض الآخر يرى أن وجود مثل هذا العقد قد يؤدي الي نفور العميل والشعور بعدم الثقة وخاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والأفراد[١].

الشكل رقم (١)

نموذج للعقود البسيطة [٢]

اسم المؤسسة العنوان السيد/....................
بعد لقائنا يوم ..... الموافق / / هـ أحب أن ألخص النقاط التي تم الاتفاق عليها بما يلى :
المشروع : إعداد ببليوجرافية للمقالات والكتب التي تتناول موضوع خدمات المعلومات المرسمة.
الموعد النهائي : يوم .... الموافق / / هـ.
التسديد : ٣٠٠ ريال مقدماً بالإضافة إلى التكاليف الأخـــرى التي ستضاف على الفاتورة.
شكراً لتعاملكم معنا
المخلص

(١٥) John H. Everett and Elizabeth Powell Crowe. Information for sale: how to start and operate your own data research service. Blue Ridge Summit, PA.: TAB Books, ١٩٨٨, ٥٨.

(٢) Ibid, p. ٦٠.

الشكل رقم (٢)

نموذج العقد الرسمي [1]

الطرف الأول ....(اسم المؤسسة)

الطرف الثاني .... (العميل)

١ - يلتزم الطرف الأول بتوفير مايحتاج إليه الطرف الثاني من خدمات المعلومات، ويقوم الطرف الأول بتوفير هذه الخدمات من موقع عمله اعتماداً على مايتوافر لديه من تجهيزات ، ويجري احتساب التكاليف كما يلي :

قائمة الخدمات	التكلفة
....	....
....	....

٢ - يبدأ العمل في .... ويستمر حتى ....

وللطرف الثاني الحق في تمديد مدة العقد بالاتفاق مع الطرف الأول.

٣ - تعدُّ الشروط والتعهدات الملحقة في ظهر هذه الاتفاقية جزءاً من هذا العقد ، وإذا حدث تعارض بين الفقرتين أعلاه والشروط الملحقة يكون الأولوية للفقرتين السابقتين.

٤ - يلتزم الطرف الثاني بالشروط الواردة في هذا العقد والشروط الملحقة، وأية تعهدات أو طلبات يرغب الطرف الثاني في إضافتها إلى شروط العقد لاتلزم الطرف الأول إلا بموافقة مكتوبة من الطرف الأول.

---

(١) Ibid, ص٩

الشكل رقم (٣)
نموذج لملحق الشروط [(١)]

١ – يمنع منعا باتا أي استخدام للتقرير الذي يعده الطرف الأول لغير الأغراض الداخلية التي اتفق عليها في هذا العقد، وأي استخدام تجاري لهذا التقرير يعد مخالفة لحقوق الطبع والملكية الخاصة، وقد يؤدي إلى اتخاذ إجراء قانوني ضدك .

٢ – استخدام أي من المعلومات التي يوفرها الطرف الأول والاعتماد عليها يقع تحت مسئوليتك، فالطرف الأول لا يقدم أية ضمانات لملاءمة هذه المعلومات لغرض محدد، كما أن الطرف الأول غير مسئول عن أي ضرر يحدث نتيجة أخطاء أو إهمال أو تأخير أو أي عيب في المعلومات المقدمة، أو أي خلل في أداء العمل بسبب ظروف خارجة عن إرادة الطرف الأول، وبناء عليه فإن العميل مسئول عن نتائج أي دعوى قضائية تقام ضد الطرف الأول بسبب أضرار ناجمة عن سوء استخدام المعلومات، بما في ذلك حقوق الطبع والملكية الخاصة ، وهذه المسئولية لا تنتهي مع انتهاء هذا العقد .

٣ – يلتزم الطرف الأول بأن يبذل أقصى جهده للعثور على المعلومات المطلوبة، وأن يتأكد من دقة المعلومات المقدمة إلى العميل، وأن يذكر المصادر التي استقى منها هذه المعلومات، ومع ذلك فإن الطرف الأول لا يضمن دقة واكتمال المعلومات التي يقدمها للعميل .

٤ – يلتزم الطرف الأول باتخاذ كافة التدابير اللازمة لضمان سرية المعلومات .

٥ – الرسوم التي يتقاضاها الطرف الأول سيتم احتسابها بالساعة، يضاف إليها المصروفات الأخرى التي ينفقها الطرف الأول من جيبه الخاص : كتكاليف المكالمات الخارجية، والبحث المباشر في قواعد المعلومات، والطوابع، وشراء المواد . وستضاف أيضا رسوم عمالة، ساعتين على الأقل، لكل مشروع بحثي .

٦ – يمكن أن يتم الاتفاق بين المؤسسة والعميل بإحدى طريقتين : إما الاتفاق على مبلغ محدد لإنجاز العملية ، قبل البدء بالتنفيذ ، بغض النظر عن الوقت الذي يستغرقه إنجازها ، أو على مدة زمنية محددة تكون قابلة للتمديد بإذن من العميل وفي الحالة الأخيرة تكون المعلومات التي تقدمها المؤسسة للعميل هي تلك المعلومات التي أمكن الحصول عليها خلال تلك المدة المحددة وليست ، بالضرورة ، كل المعلومات التي تضمنها طلب العميل .

٧ – يجب أن يتم دفع التكاليف خلال (٣٠) يوما من تقديم الفاتورة ، وللطرف الأول الحق في إضافة (٥ر١٪) شهريا كغرامة تأخير على أي مبلغ يتأخر تسديده عن (٣٠) يوما .

٨ – يلتزم الطرف الأول ببذل غاية جهده في توفير المعلومات التي تتفق مع رغبات ومواصفات العملاء ومع ذلك ، ولأنه ليس هو الذي يعد السجلات والوثائق الأصلية التي يستمد منها هذه المعلومات، فإنه لا يضمن دقة واكتمال المعلومات التي تحتويها، وعلى هذا الأساس فإنه غير مسئول عن أية أخطاء أو نقص في المعلومات المقدمة .

٩ – أية إضافة أو تعديل أو إلغاء لهذه الاتفاقية يجب أن يكون مكتوباً وموقعاً من قبل طرفي الاتفاقية. أية اتفاقات أو ضمانات أو مفاهمات أخرى تتم بين الطرفين ولا تكون مسجلة في هذه الاتفاقية لا تلزم أياً من الطرفين .

---

(١) Ibid, ٦١ ,

٤ - تنظيم الشئون المالية :

يعدُّ تنظيم الشئون المالية وتسعير الخدمات من أهم سبل النجاح في العمل، ومن أبرز المشكلات التي تعاني منها معظم مؤسسات الأعمال الحرة، بما فيها المؤسسات التي تقدم خدمات المعلومات المرسمة، صرف كل جهودها وخبراتها في العمل، وعدم الالتفات إلى تنظيم وحفظ السجلات المالية. ويتمثل تنظيم الأمور المالية في ثلاثة مظاهر :

(أ) تسعير الخدمات (ب) إعداد الفواتير (جـ) حفظ السجلات .

ويعد موضوع تحديد الرسوم والأتعاب قضية ذات أهمية بالغة لطرفي عملية خدمة المعلومات المرسمّة : المؤسسة والعميل معًا. ومع أن من الصعب تسعير خدمات المعلومات؛ إذ من غير الممكن التنبؤ دائمًا بمدى الجهد الذي سيتطلبه إنجاز مهمة معينة، فهنالك بعض الاستفسارات التي يمكن الإجابة عنها خلال دقائق معدودة من خلال مكالمة هاتفية، كما أن هنالك بعض المهام التي تحتاج إلى ساعات طويلة من البحث، وبالرغم من ذلك فإن على مؤسسة خدمات المعلومات المرسمة أن تضع جدولاً بأسعار خدماتها لكي يتمكن العملاء من تقدير فعالية التكلفة، ويتم تحديد رسوم الخدمات إما حسب الوحدة أو بالساعة، فعلى سبيل المثال؛ قد تتقاضى المؤسسة مبلغًا معينًا للحصول على كتاب أو وثيقة أجنبية، يضاف إليها قيمة المادة الفعلية وأجور البريد وما أشبه ذلك. ويبقى هذا السعر ثابتًا لايتغير سواءً تمَّ إنجاز المهمة خلال عشرين دقيقة أو استغرق ذلك ساعتين، وهذه إحدى المجازفات في هذا المجال، وهي مجازفة على المؤسسة أن تكون مستعدة لتحملها. والحكمة وراء هذه البنية للأسعار هي حاجة العميل إلى معرفة تكلفة هذا النوع من الخدمات مسبقًا بعكس البحوث التي تكون بطبيعتها متنوعة ولذلك يتم حساب تكاليفها بالساعة. وعادة ماتقوم المؤسسات التي تقدم خدمات المعلومات المرسّمة باتباع الخطوات التالية عند تسعير الخدمات :

(أ) الاطلاع على ماتتقاضاه مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة الأخرى.

(ب) وضع قائمة بالخدمات التي ستقدمها.

(جـ) ترتيب فئات الخدمات التي ترتبط ببعضها سواء من ناحية النوعية أو المهارات التي تتطلبها في جدول.

(د) وضع تصور دقيق لأجور العمالة المطلوبة لكل فئة .

(هـ) تحديد وتحليل التكاليف المالية الأخرى المتعلقة بالخدمات.

(و) تسجيل ملخص بسياسة التسعير للاستخدام في المستقبل(١).

ويرتبط إعداد الفواتير بتسعير الخدمات والترتيبات التي تتم مسبقاً، وهل سيكون تقاضي الرسوم بعد إنجاز المهمة أم أن على العميل أن يدفع جزءاً من هذه الرسوم قبل القيام بأي عمل. ومن المعتاد أن تطلب المؤسسات الكبرى رسم اشتراك سنوي، كما تتطلب تأميناً استعداداً لأية رسوم إلى الحساب، وبعض المؤسسات تعمل على هذا الأساس فقط ولاتقبل المهام العرضية، أما عمليات المؤسسات الصغيرة أو الأفراد فلا تتطلب، عادة ، دفع اشتراك سنوي، لأن العملية تقوم، في هذه الحالة، على أساس العلاقات الشخصية والثقة المتبادلة بين الطرفين، ويستثنى من ذلك شراء الكتب أو الوثائق الذي قد يتطلب مقداراً ضخماً من رأس المال، ويستخدم ، غالباً ، لهذا النوع من العمل حسابات إيداع. وسواءً تم التقاضي من خلال حساب الإيداع أو تم تسديد الفواتير بعد توفير الخدمة فإن من المهم تقديم بيانات مفصلة ومجدولة عن الرسوم للعملاء ، لكي يتمكنوا من تقدير فعالية التكلفة للخدمة.

ومن الأمور المهمة في التنظيم المالي الاحتفاظ بسجلات للدخل والنفقات، أو

---

(١) James A. Leach and Lynda Nash Leach "Establishing a Business: Fundamental Aspects for Information Practitioners" Libary Trends 32 (3), (Winter 1984): 330-336.

فتح حساب خاص بالخدمات المرسَّمة في أحد البنوك لتقييم إمكانات الكسب والخسارة.

التجهيزات الأساسية :

قد لاتشكل التجهيزات الأساسية قضية تحتاج إلى الكثير من التفكير بالنسبة للمؤسسات القائمة التي تنوي فتح فرع لتقديم خدمات المعلومات المرسَّمة؛ لأن مثل هذه التجهيزات غالبًا ماتكون موجودة لديها، أما بالنسبة للمؤسسات المستقلة الناشئة فلا بد من أن تولي هذه المسألة جانبًا من اهتمامها. ويعتمد حجم التجهيزات التي يتطلبها افتتاح مؤسسة لخدمات المعلومات المرسَّمة على حجم المؤسسة ومدى شمولية الخدمات التي تنوي تقديمها. فبعض من أصحاب هذه المؤسسات يبدأ عمله بخدمة واحدة كالترجمة، أو الكتابة والتحرير، أو بضع خدمات محدودة يستطيع القيام بها بمفرده، ومن خلال مكتب صغير قد يكون في منزله، وبعد أن تتوسع أعماله يقوم باستئجار مكتب خارجي وتعيين مجموعة من الموظفين المساعدين وشراء التجهيزات الأساسية. من ناحية أخرى، نجد أن بعض المؤسسات تبدأ عملها بتقديم مجموعة متنوعة من الخدمات التي تحتاج إلى وجود عدد من الموظفين ومجموعة من التجهيزات الضرورية .

وتمتاز البداية المتواضعة بأنها تخفف النفقات، خاصة إذا كانت الموارد المالية محدودة، كما أنها تعطي صاحب العمل الفرصة لدراسة السوق من خلال الممارسة والتعرُّف على نوعية الخدمات التي يكون الطلب عليها مرتفعًا. بالإضافة إلى إتاحة الفرصة لتكوين قاعدة من العملاء تستطيع تشغيل المؤسسة بعد تجهيزها بأحدث المعدات وتزويدها بالعاملين المتخصصين. سواء كانت البداية في مكتب صغير ومتواضع أو مكتب فخم فإن هنالك بعض التجهيزات التي تعتبر ضرورية لتسيير العمل، فأي مكتب يحتاج إلى طاولة وبضعة مقاعد، ودولاب يضم بعض الكتب المرجعية الأساسية، ودولاب لملفات العملاء، ومن الطبيعي أنه لابد من وجود الهاتف، وجهاز للتسجيل من أجل

تسجيل المقابلات التي يجربها المكتب مع الخبراء ومصادر المعلومات الشفوية، كما يجب أن يكون هنالك آلة كاتبة أو حاسوب شخصي مع أحد البرامج الجيدة لمعالجة النصوص وطابعة، كما قد تحتاج المؤسسة إلى آلة للاستنساخ وجهاز ناسوخ (Fax) كما أن من الأهمية بمكان أن تكون المؤسسة مشتركة بإحدى خدمات البحث المباشر في قواعد المعلومات نظراً لأهمية هذه القواعد من حيث كونها تحتوي على ملايين التسجيلات الببليوجرافية والبيانات والحقائق، بالإضافة إلى توفيرها لخدمات الإحاطة الجارية التي تساعد المؤسسة في سهولة وسرعة الرد على استفسارات العملاء ومتابعة مايستجدُّ من معلومات.

والواقع أن وجود جميع هذه التجهيزات، أو بعضها ، يعتمد بالدرجة الأولى على نوعية الخدمات التي تنوي المؤسسة تقديمها، كما أن نوعيتها ومدى جودتها يعتمد على مدى كفاية رأس المال الذي تبدأ به المؤسسة عملها، فالهدف من هذه التجهيزات، في الحقيقة، هو تسيير عمل المؤسسة بغض النظر عما ستتركه من أثر في نفوس العملاء لأنهم قد لايرونها على الإطلاق ، فالاتصال بين المؤسسة وعملائها سيتم، غالباً، بواسطة الهاتف. كما قد تجد المؤسسة نفسها غير محتاجة إلى بعض من هذه التجهيزات، فآلة التصوير والاستنساخ، مثلاً ، يمكن الاستغناء عنها إذا لم تكن خدمة التصوير والاستنساخ من ضمن الخدمات التي تقدمها المؤسسة ووجد خدمة قريبة من المؤسسة للاحتياجات الطارئة، علماً بأن المكتبات ومراكز المعلومات وهي المصادر التي تستقي منها المؤسسة ماتحتاج إليه من معلومات توفر، عادة ، خدمة التصوير والاستنساخ وبأسعار معقولة.

أما فيما يتعلق بالموظفين فإن المؤسسة بحاجة إلى موظف واحد على الأقل ليظل في المكتب يستقبل العملاء ويتولّى الردَّ على المكالمات أثناء غياب صاحب المؤسسة عن المكتب للقيام بأداء بعض الخدمات للعملاء ويقوم بتنظيم الملفات وإعداد الجدول اليومي وبقية الأعمال الروتينية الأخرى، ومن الأفضل أن يكون مجيداً للطباعة على الآلة الكاتبة، خاصة إذا لم تكن لدى صاحب المؤسسة خبرة في هذا المجال.

التسـويـق :

تعدُّ مسألة اجتذاب العملاء من أبرز القضايا التي تواجه مؤسسة خدمات المعلومات المرسمة في بداية عملها، ولعل أهم مايمكن أن تقوم به في هذا المجال هو التعرُّف على الجهات التي يتوقع أن تكون محتاجة لخدماتها، ومن ثم القيام بعرض خدماتها وتعريف تلك الجهات بما يمكن أن تقدمه لها من أجل التغلب على المشكلات التي تواجهها مما له علاقة بمجال عمل المؤسسة.

وتُمثِّل المؤسسات التجارية والصناعية أغلبية عملاء مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة، وغالبًا ماتكون من الشركات الصغيرة أو المؤسسات الخاصة المملوكة للأفراد التي لاتمتلك الإمكانات اللازمة لتجهيز احتياجاتها من المعلومات، إلا أن باربارا فيليسيتي (Barbara Felicetti) تشير إلى أن الممارسة العملية تظهر خلاف ذلك (لقد توقعت، مبدئيًا، أن يكون عملائي من الشركات التجارية الصغيرة أو متوسطة الحجم ذات الاحتياجات المعلوماتية المحدودة خارج نطاق المكتبة العامة ... ولقد كنت مخطئة. فعلى النقيض من ذلك، كانت الشركات الكبرى التي لديها مكونات معلوماتية قائمة داخل تنظيماتها أكثر من مستعدة لشراء الخدمات، ولذلك فإن عملائى أكبر كثيراً مما توقعت (١).

وبالإضافة إلى المنظمات والمؤسسات التجارية والصناعية، هنالك أيضاً العديد من الجهات الأخرى التي تستفيد مما تقدمه مؤسسات المعلومات المرسمة كالهيئات الحكومية وقطاع الأعمال الخيرية والمؤسسات الأكاديمية؛ بل والأفراد أيضاً، سواء كانوا من الباحثين أو أولئك الذين يسعون لإشباع هواياتهم المعلوماتية الشخصية، وقد يكون عملاء خدمات المعلومات المرسَّمة ذاتهم، أحياناً ، من العاملين في مجال المعلومات، كأن يكونوا مكتبيين أو اختصاصيي معلومات أو باحثين مثلاً، يبحثون عن استشاريي معلومات ذوي

---

(١) Crawford, P. ، ٣٠

مهارات خاصة للاستعانة بهم للقيام بتجهيز المعلومات الأولية، والبحث عن مصادر المعلومات، التي يحتاجون إليها لإجراء أبحاثهم، والتي قد لايسعفهم ضيق الوقت وكثرة أعمالهم للقيام بها بأنفسهم.

وهنالك العديد من الأساليب التي يمكن أن تنتهجها مؤسسة خدمات المعلومات المرسمة لتسويق خدماتها، فبالإضافة إلى الإعلانات الصحفية والنشرات الإعلامية التي يتم توزيعها على المؤسسات والشركات يمكن أن يكون للقاءات العابرة والتحدث إلى رجال الأعمال وأصحاب الشركات في المؤتمرات والندوات، وتوزيع بطاقات التعريف على من عرفت ومن لم تعرف في العيادات الطبية والمطارات والمقاهي وغير ذلك من أماكن تجمع الناس دور كبير في لفت الأنظار إلى أهمية الخدمات التي تقدمها، كما أن للاتصال المباشر ببعض الشركات والتعرف على مشكلاتها التي تدخل ضمن دائرة اختصاص المؤسسة، وعرض خدماتك لإيجاد الحلول المناسبة، أهمية بالغة في اجتذاب العملاء، وتدل الدراسات على أن أسلوب الاتصال الشخصي هذا من أفضل الأساليب للتعريف بالمؤسسة وخدماتها، ففي دراسة أمريكية عن مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة اختار ٩٠٪ ممن استجابوا للدراسة « الحديث المباشر » كأكثر أساليب التسويق فعالية [(١)].

ويعدُّ الدليل التعريفي (Brochure) من أهم وسائل التسويق ؛ خاصة إذا كان مصمماً ومكتوباً بشكل جيد ، ويجب أن تكون لغة الدليل بسيطة وواضحة وسهلة الفهم، وألا تستخدم فيه المصطلحات المهنية المغرقة بالتخصص، كما يجب أن يشتمل على جميع المعلومات الضرورية للفت انتباه العملاء الذين يتوجه إليهم، وأن يقدم الإجابات لكل الاستفسارات التي يمكن أن ترد في أذهانهم أثناء قراءته ، ويمكن أن نلخص تلك المعلومات الضرورية فيما يلي [(٢)].

---

(١) Maranjian, ٤١ ,

(٢) Alice Sizer Warner Making money: Fees for library services. New York: Neal-Schuman, 1989. PP. 122-123.

أ – اسم الخدمة .

ب– العنوان البريدي، أو عنوان الموقع إذا كان غير العنوان البريدي .

جـ – رقم الهاتف، ووسائل الاتصال الأخرى كالناسوخ (Fax) مثلاً ، مع إيضاح إذا كان هنالك وسيلة للاتصال في غير أوقات العمل.

د – أيام وساعات العمل في المؤسسة.

هـ – وصف للخدمات التي ستقدمها المؤسسة، وجدول الأسعار .

و – التفاصيل الدقيقة عن زمن وكيفية تقديم الفواتير وأسلوب تسديدها .

ز – التأكيد على أن المؤسسة ، إذا لم تتمكن من تحديد تكاليف الخدمة مسبقًا ، ستقدِّم تقييمًا مبدئيًا لهذه التكاليف مع الالتزام بعدم تجاوز هذه التكاليف إلا بإذن من العميل.

حـ – الإشارة إلى مدى السرعة التي سيتم بها تقديم الخدمات ، بالإضافة إلى وصف للخدمات العاجلة وتكاليفها .

ط – التأكيد على أن أسرار العميل ستكون موضع الاحترام.

ي – صور فوتوغرافية للعاملين في المؤسسة أثناء العمل، ولأحد العملاء وهو يستلم إحدى رزم المعلومات، ولواجهة المؤسسة، ....ألخ.

وبالإضافة إلى تلك المعلومات يجب أن يشتمل الدليل على بعض العبارات التي يقصد منها التأثير على العميل وإقناعه بالمكاسب التي يمكن أن تعود عليه من التعامل مع المؤسسة ، وما سيخسره في حالة عدم الاستفادة من خدماتها ، وكيف تستطيع المؤسسة أن توفر النفقات على عملائها؟ ، وهل هنالك من يشهد بجودة الخدمات التي تقدمها المؤسسة؟ ، وما المؤهلات التي يحملها العاملون فيها؟

ويعد إبراز الهوية المهنية للمؤسسة وبناء سمعتها التجارية من الأمور المهمة في مجال التسويق، وهو أمر يأتي في الغالب كنتيجة للنجاحات المتكررة بمرور

الوقت، وكل مايمكن أن تقوم به المؤسسة في بداية عملها هو تأكيد هويتها المهنية عن طريق إبراز أهمية وجودة نوعية الخدمات التي تقدمها، ويجب أن يكون الاسم الذي تحمله المؤسسه، إذا كانت مستقلة ، دالاً على نوعية عملها، وأن يكون سهل الجريان على الألسنة . ومن الأمور المهمة في إبراز الهوية المهنية للمؤسسة الاستفادة من قيمة وأهمية المصادر البشرية التي يمكن أن تستعين بها في إنجاز بعض مايوكل إليها من مهام تتطلب استشارة خبراء متخصصين في المجال، ويمكن أن يطلب من هؤلاء الإذن بعرض أسمائهم كمتعاونين مع المؤسسة عند عرض خدماتها على العملاء .

العلاقات العامة :

يقصد بالعلاقات العامة تكوين شبكة من الاتصالات والعلاقات بين المؤسسة والمجتمع من حولها وتشير كيلي وارنكين (Kelly Warnken) إلى أن أهداف شبكة العلاقات العامة هذه هي الحصول على الدعم المعنوي. والمعلومات، والتوجيه أو التوصيات[1]، ويحدد فيليب ليسلي (Philip Lesly) المهام التي يمكن أن تتحقق من خلال العلاقات العامة في قطاع الأعمال بما يلي [2]:

١ – تلمس التغيرات في اتجاهات الرأي العام واستشعار محركاتها الرئيسة.

٢ – معاونة المنظمة على التعامل مع هذه الاتجاهات.

٣ – وضع البرامج والسياسات الكفيلة بتحقيق التوافق مع الجماهير واتجاهاتها.

٤ – مساعدة المنظمة في خلق المناخ المستقبلي المناسب للاتجاهات التي سوف تتعامل معها المنظمة .

(١) Warnken, P. ، ص ١٠٥

(٢) طاهر مرسي عطية فن وعلم العلاقات العامة القاهرة : دار النهضة العربية، ١٩٩١م ، ص٣١.

وتذكر كيلي وارنكين أن تكوين شبكة من العلاقات العامة يمكن أن يتم على أربعة محاور : العلاقات الشخصية التي تعد أسهل الطرق لتكوين شبكة من العلاقات العامة، فهي لاتحتاج إلى متطلبات خاصة أو بطاقات عضوية ، ويمكن الاستفادة من العلاقات الشخصية عن طريق إعداد ملف بكل أسماء الأشخاص الذين يمكن أن تتعامل معهم أو تستفيد من خبراتهم ومعارفهم أو الذين تحتاج إلى استشارتهم وتوجيههم، ويمكن أن يشتمل هذا الملف على أسماء العملاء ومن يحتمل أن يكونوا عملاء، ومعارفك وأصدقائك ومجالات اهتمامهم، وزملائك في عملك السابق، وجيرانك، والعلاقات المحلية عن طريق الاشتراك في الأندية والجمعيات المحلية، والمشاركة في الاجتماعات والندوات التي تتم فيها، وتنظيمات الأعمال الوطنية كالغرف التجارية والجمعيات الخيرية للاستفادة من النشرات والمطبوعات التي تصدرها، ومن الندوات والمؤتمرات التي تعقدها جمعيات المكتبات والمعلومات. كما يمكن بالإضافة إلى ذلك إقامة علاقات طيبة مع مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة الأخرى سواء في منطقة عملك أو خارجها لتستفيد من تجاربهم، وقد توكل إليهم القيام ببعض الأعمال التي لاتتمكن من القيام بها بنفسك ، كما أن من الممكن أن يفعلوا المثل معك(١).

---

(١) Warnken, P. 106-1115.

الفصل الثالث
الخدمات

ليس هنالك حدود للخدمات المعلوماتية التي يمكن أن تقدمها مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة، فقد تكون المؤسسة متخصصة في خدمة واحدة أو مجموعة محدودة من الخدمات ، كما قد تكون خدماتها شاملة ومتعددة حسب إمكاناتها البشرية والمادية. وتتنوع هذه الخدمات بمقدار تنوُّع تجربة العاملين في المؤسسة في هذا المجال، فبعضٌ من هذه الخدمات تحتاج إلى مهارات لاتتوفر إلا لدى المتخصصين في علم المكتبات والمعلومات: كإنتاج وتنظيم واسترجاع المعلومات، والبعض الآخر من هذه الخدمات ذو علاقة وثيقة بتلك المهارات المعلوماتية. وفيما يلي قائمة ، مرتبة هجائيًا، بأبرز الخدمات التي يمكن أن تقوم مؤسسات خدمات المعلومات بتقديمها :

الإحاطة الجارية :

يقصد بالإحاطة الجارية تتبُّع ماينشر عن موضوع معيَّن وإحاطة العميل بما يستجدُّ عنه من معلومات، لاستخدامها من قبل الأفراد والباحثين، في إعداد البحوث أو كتابة المقالات أو الكتب ، أو من قِبل الشركات للتعرف على اتجاهات السوق والشركات المنافسة وتقوم مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة بالبحث المباشر في قواعد المعلومات من أجل العملاء كوسيلة لمتابعة الموضوعات، ومن ثم تقوم بإعادة تسجيل المعلومات على وسيط يستطيع العميل استخدامه والاستفادة منه. ومن الممكن أن تتخذ خدمة الإحاطة الجارية الأشكال التالية (١) :

---

(١) حشمت قاسم . خدمات المعلومات : مقوماتها وأشكالها . القاهرة: مكتبة غريب ، ١٩٨٤م. ص ص ٣٢٥ – ٣٢٨.

١ – الاتصال الهاتفي : ينحصر استخدام هذه الطريقة ، عادة ، في التجمعات المحدودة والهيئات الصغيرة بوجه عام، بالإضافة إلى الظروف التي تدعو الحاجة فيها لإيصال المعلومات بأقصى سرعة ممكنة.

٢ – الإخطارات اليومية : وتشمل المواد الإخبارية وبعض التقارير والموجزات الإعلامية التي يحتاج المسئولون عن اتخاذ القرارات إلى الوقوف عليها لمعرفة آخر التطورات في مجالات عملهم .

٣ – إرسال الإشارات الوراقية : تعتمد هذه الخدمة على تسجيل البيانات الوراقية الخاصة بالوثائق ذات الأهمية الخاصة على جذاذات وإرسالها إلى العملاء.

٤ – استنساخ قوائم محتويات الدوريات : ويمكن لمؤسسة خدمات المعلومات المرسمة ، لضمان السرعة في تقديم هذه الخدمة أن تقوم بطلب صفحات محتويات الدوريات من الناشرين وهي ماثلة للطبع.

٥ – البث الانتقائي للمعلومات : يتم الانتقاء هنا على أساس التخصص الموضوعي لكل مستفيد بعينه لضمان مطابقة المعلومات لاحتياجات هذا المستفيد وإعفائه من مشقة البحث عن هذه المعلومات بين غيرها مما تقدمه خدمات الإحاطة الجارية التي سبق الحديث عنها .

٦ – التعريف بالبحوث الجارية : وذلك لمنع تبديد الجهد والوقت والمال في تكرار دراسة موضوعات يجري العمل عليها من جانب باحث أو جهة بحث أخرى.

٧ – تمرير الدوريات : يتم ، في هذه الحالة، إرسال الأعداد الجارية من الدوريات إلى المستفيدين ولتمرير أعداد الدوريات يتم إعداد خط سير محدد لكل دورية ؛ بحيث تعدُّ قائمة بأسماء الأفراد أو الأقسام أو المكاتب تمرر عليها الدورية وفق أولويات معينة ولمدة زمنية محددة.

٨ – النشرة الإعلامية : وهي نشرة موسعة تغطي العديد من المواد ؛ كمقالات الدوريات الجارية ،والكتب الحديثة،وبراءات الاختراع والمواصفات القياسية وتقارير البحوث ،والمواد الإخبارية ذات الأهمية الفنية أو التجارية، والمؤتمرات واللقاءات المرتقبة .

الإدارة المؤقتة للمكتبات :

يقوم عدد من مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة بأعمال الإدارة المؤقتة للمكتبات ومراكز المعلومات في الشركات والمؤسسات التي لاتحتاج إلى مكتبيين متفرغين، وقد يكون من ضمن ذلك صيانة خدمة المعلومات التي أنشئت من خلال مشروع استشاري .

إدارة المحفوظات :

يقصد بالمحفوظات الوثائق والأوراق والملفات والمستندات والسجلات والصور والخرائط التي تشكل نشاطًا خاصًا بإحدى الإدارات الحكومية أو المؤسسات التجارية أو الصناعية، وقد تردد في الآونة الأخيرة الاهتمام بهذه المحفوظات لما تسببه من مشكلات للهيئات والمؤسسات . ويتوفر لدى العديد من مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة أنظمة لجمع وتخزين وتنظيم واستبعاد المحفوظات الخاصة التي تشمل جميع أنواع الأوعية سواء كانت ورقية أو محسبة أو مصغرة.

الأدلـــــة :

هي كرّاسات موجزة تعدُّ ، عادة ، للتعريف بإحدى الهيئات العلمية أو التربوية ، أو بالمؤسسات الاجتماعية أو الصناعية أو التجارية، من خلال تقديم البيانات والمعلومات الأساسية عن تلك الهيئة أو المؤسسة. وتحتاج هذه العملية إلى مهارات متخصصة في تجميع وتنظيم وعرض المعلومات.

الاستخلاص :

يقصد بالاستخلاص تحليل وتلخيص محتويات المطبوعات والوثائق لتقديم أهم ماتشتمل عليه من أفكار ومعلومات مصحوباً بالوصف البيليوجرافي الذي يضمن للعميل سهولة الوصول إلى المطبوعة أو الوثيقة الأصلية. وتهدف هذه العملية إلى توفير الجهد الذي سيبذل في قراءة المقالة بأكملها ويسمح للعملاء باختيار تلك المقالات أو الوثائق التي لها علاقة بمجال عملهم فقط. وقد تعدُّ للمستخلصات للتضمين في إحدى قواعد المعلومات ، أو في إحدى خدمات المعلومات المنشورة. وتقسَّم المستخلصات إلى عدَّة أنواع منها (١) :

١ – المستخلص الإعلامي : وهو المستخلص الذي يغطي كل النقاط الرئيسة التي تتضمنها الوثيقة بدرجة قد تغني عن الرجوع إلى الأصل.

٢ – المستخلص الدال (الوصفي): وهو المستخلص الذي يعطي العميل فكرة عن محتوى الوثيقة تكفي لكي يقرر ما إذا كان يحتاج للاطلاع على الوثيقة أو أنها ليست بذات أهمية كبيرة لمشروعاته.

٣ – المستخلص الرصيدي : غالبًا مايستخدم هذا النوع في رصد محتويات مجلدات المؤتمرات واللجان، وذلك بإعطاء اسم مؤلف وعنوان وصفحات ومستخلص كل مقالة أو بحث.

٤ – مستخلص المؤلف : وهو المستخلص الذي يكون ملحقًا بالبحث أو المقالة، سواء كتبه المؤلف نفسه أو كتبه غيره.

الاستشارة :

تقوم مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة بأعمال استشارية ، ومن الأعمال الشائعة، في هذا المجال ، تقييم الاحتياجات المعلوماتية من أجل إنشاء مركز لخدمات المعلومات ، وكذلك تقييم الخدمات القائمة؛ حيث تقوم مؤسسة خدمات

---

(١) أمان ، محمد محمد ، خدمات المعلومات : مع إشارة خاصة إلى الإحاطة الجارية: الرياض دار المريخ، ١٤٠٥هـ ، ص ٦٧ – ٦٨.

المعلومات المرسمة بمراجعة خدمة المعلومات القائمة في إحدى المنظمات، ومقابلة الموظفين المكلفين بتشغيلها، ومن ثم إعداد التوصيات لتحسينها، ويفضل الكثيرون أن يقوم بتلك العملية استشاريون خارجيون لأن ذلك يتيح لهم الاطلاع على وجهة نظر محايدة من إنسان خارج المنظمة.

البحث :

المقصود بالبحث هنا البحث النظري الذي يعتمد على المصادر المنشورة، وهو مايطلق عليه (البحث المكتبي desk research) غير أنه قد يقترن أيضاً باستخدام بعض أساليب البحوث الميدانية كالمقابلة والمعاينة، كما تستخدم في إجرائه الإجراءات نفسها التي تستخدم في البحوث التقليدية. وقد يستلزم ذلك البحث اليدوي أو الآلي المباشر أو الاثنين معاً. ومن المهم أن يستخدم العاملون في هذا الحقل مهاراتهم في عرض أو ترابط البحث بحيث يظهر في شكلٍ يسهل استخدامه وإدارته من قِبل العميل.

البحث المباشر :

تحتاج عملية البحث المباشر في قواعد المعلومات إلى بعض المهارات التي قد لاتتوافر لكل من يرغب في الاستفادة من هذه القواعد، وأهم تلك المهارات (١).

١ - القدرة على اختيار المصطلحات الصحيحة للتعبير عن الموضوع المراد بحثه.

٢ - القدرة على ربط تلك المصطلحات بطريقة سليمة ومنطقية.

٣ - القدرة على استخدام المداخل المتاحة للاسترجاع.

ومن المؤكد أن هذه المهارات لاتتوافر لدى جميع من يرغبون الاستفادة من خدمات البحث المباشر في قواعد المعلومات، سواء من المؤسسات أوالشركات

---

(١) سالم محمد السالم خدمات المعلومات بمدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية: دراسة ميدانية من وجهة نظر المستفيدين (مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية - السلسلة الأولى ٦). الرياض المكتبة، ١٤١٢هـ ص ٣١.

أو الباحثين الأفراد، ولذلك يلجأون إلى مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة للقيام بتلك المهمة نيابة عنهم.

تحليل المعلومات :

لتقوم مؤسسة خدمات المعلومات المرسمة بهذه الخدمة يجب أن يكون لديها متخصصون موضوعيون لديهم القدرة على (١) :

١ - تجميع كل ما هو متاح من معلومات حول أحد المجالات الموضوعية المتخصصة.

٢ - تحليل هذه المعلومات وتقييمها.

٣ - تركيز المعلومات واختزانها في ملفات وجداول بيانات ومراجعات علمية، وتوصيلها إلى المستفيدين .

تحليل النظم :

تحليل النظم أسلوب جديد في البحث يقوم على التحليل العلمي المنهجي لكل العناصر التي يتكوّن منها نظام ما أو تسهم في صيانته، وقد ازداد في الآونة الأخيرة الاهتمام بتحليل النظم في جميع المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والعلمية، لأن تحليل النظم يؤدي إلى اكتشاف العناصر التي قد تبدو ضئيلة جداً ولكن التفاعل فيما بينها قد يقود إلى إحداث تأثير جوهري على فاعلية النظام ويعد تحليل النظم مجالاً خصباً لعمل مؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة ؛ لأن (تحليل نظام ما أمر يصعب الحصول عليه جاهزًا، إذ هو حالة فردية حتى لو وجد تشابه أو تطابق مع حالات مماثلة، فهذا التشابه أو التطابق لايثبت إلا بعد التحليل)(٢).

---

(١) بولين أثرتون. مراكز المعلومات : تنظيمها وإدراتها وخدماتها. ترجمة/ حشمت قاسم القاهرة : مكتبة غريب، ١٩٨١م . ص ١٩٥

(٢) حسني عبدالرحمن الشيمي (تحليل النظم ودوره في إنشاء وتطوير خدمات المكتبات والمعلومات) حولية المكتبات والمعلومات مج ٣ (١٤١١) : ٧ - ٢٢.

التدريب والتعليم :

تستطيع مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة الاستفادة من خبرات موظفيها وتأهيلهم العالي في علوم المكتبات والمعلومات في تقديم دورات تدريبية للموظفين في الهيئات والمؤسسات من أجل مساعدتهم في تحسين مهاراتهم، واستيعاب التطورات الحديثة في مجال المعلومات ، كتجهيز البيانات والبحث المباشر في قواعد المعلومات .

الترجمـــــة :

هنالك العديد من قواعد المعلومات التي تقوم بتغطية الإنتاج الفكري من كافة أنحاء العالم وبمختلف اللغات، ولأنه ليس بوسع الباحث أن يتعلم جميع اللغات ليتمكن من الرجوع إلى الكثير من هذا الإنتاج، كما أن المؤسسات والشركات لاتستطيع تعيين مترجمين لكل لغات العالم للاطلاع على كل ما ترغب في التعرُّف عليه من مستجدًات في مجال عملها ، فإن بإمكان مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة أن تقوم بالمساعدة في هذا المجال إما عن طريق التعريف بالترجمات المنشورة وإتاحتها ، أو بيان طرق الحصول عليها ، أو القيام بالترجمة.

تصميم برامج الحاسوب :

البرنامج عبارة عن تعليمات للحاسوب لتنفيذ عملية معينة ، وتتم كتابة التعليمات بإحدى لغات البرمجة. وبإمكان مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة أن تقوم بهذه العملية إذا توافر لديها متخصصون في هذا المجال؛ إذ تدل أحدث الدراسات على ازدياد الاهتمام بتصميم البرامج للأسباب التالية :

١ - ازدياد الطلب على البرامج، وقلة مايوجد منها مع تفاوت مدى جودتها .

٢ - ازدياد تكلفة مقارنة بتكلفة الأجهزة ، ويتوقع المختصون أن تصل النسبة إلى ٩ : ١ إذا لم تتبع وسائل جديدة في البرمجة.

٣ - انشغال المبرمجين بصيانة البرامج الجاهزة ومتابعة تعديلها مما يحدُّ من بذل الجهود لتصميم برامج جديدة [١] :

تصميم قواعد المعلومات :

تدخل هذه الخدمة ضمن اختصاصات استشاري الحاسوب أيضاً، وقاعدة المعلومات مجموعة من البيانات يتم اختزانها واسترجاعها آليًّا بطريقة سهلة وفعالة، ومن أهم خطوات سير العمل في بناء قواعد المعلومات الببليوجرافية مايلي [٢] :

١ - اختيار الوثائق أو سجلات الوثائق التي تتفق مع أهداف القاعدة أو نظام المعلومات .

٢ - تأمين الوثائق أو سجلاتها .

٣ - تكشيف الوثائق أو سجلاتها وفقًا لنظام تكشيف معيَّن. وتستخدم عادة المكانز أو قوائم الإسناد الموضوعي.

٤ - تفريغ البيانات الناتجة من جراء عملية التكشيف في استمارات معدة لذلك

٥ - تلخيص محتوى الوثائق أو إهماله وفقًا لسياسة التكشيف .

٦ - إدخال البيانات في الحقول المحددة لها بالسجل . ويعطى كل سجل حيِّزًا خاصًا به (بطاقة).

٧ - مراقبة كافة إجراءات التكشيف وجودتها .

٨ - مراقبة كفاءة التحرير.

٩ - تخزين المعلومات .

---

(١) محمد حسن عمر المراجعة والرقابة الداخلية على أعمال الحاسبات الإلكترونية (الرياض: معهد الإدارة العامة) ١٤٠٤هـ . ص ١٠٢.

(٢) فهد مسفر فهد الدوسري أسس البحث المباشر في قواعد المعلومات (مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، السلسلة الأولى ٧) الرياض : المكتبة، ١٤١٢هـ . ص ٦٨ - ٦٩.

التكشيف :

تعد الكشافات في الوقت الراهن ذات أهمية كبرى ؛ حيث إنها تقدم دليلاً يرشد المستفيد للمواد التي يرغب في استخدامها بسرعة وبأقل جهد. ومن أهم أنواع الكشافات : الكشاف الموضوعي الهجائي، والكشاف المصنَّف، وكشاف المؤلف ، والكشاف المترابط ، وكشاف كلمات النص ، وكشاف الكلمات الدالة في السياق، وكشاف الاستشهاد المرجعي.

تنمية المجموعات :

بإمكان العملاء الذين لايملكون الجهاز الكافي لإدارة وتنظيم خدمات المعلومات أن يستعينوا بمؤسسات خدمات المعلومات المرسمة للقيام بذلك. وتستطيع هذه المؤسسات أن تقوم بإعداد لوائح تنمية المجموعات، والقواعد الأساسية لاختيار المواد الجديدة، وإنشاء نظام لاختزان واسترجاع المعلومات، وقد يكون هذا النظام يدويًا أو آليًا.

توصيل الوثائق :

تعني هذه الخدمة تزويد العملاء بنسخ من الكتب أو الوثائق أو المقالات التي تكون معروفة مسبقًا لديهم، ولكنهم لم يتمكنوا من الحصول عليها بأنفسهم، وتعتمد هذه الخدمة بشكل قوي جداً على المهارات المكتبية التقليدية في تحديد مواقع المصادر واختيار أكثر الأساليب فعالية في الحصول على الوثائق(١).

الخبـــــرات :

لقد أصبحت الخبرة في الوقت الراهن عملة مطلوبة في جميع المجالات، فالمشكلات الآنية والمتوقعة لايمكن العثور على حلول لها من خلال الإنتاج الفكري المتاح وإنما تحتاج إلى إستشارة المتخصصين في تلك المجالات،

---

(١) Crawford, ص ١

وبإمكان مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة أن تقوم بتوفير هذه الخبرات أو البحث عنها لحساب العميل إذا لم تكن متوفرة لديها.

الشــراء :

بإمكان مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة القيام بالبحث وشراء الكتب التي نفدت طبعاتها والكتب النادرة والمخطوطات، كما يمكن أن تقوم بشراء الأجهزة والمعدات المكتبية حسب المواصفات التي يحددها العميل.

صيانة المقتنيات :

قد تأتي هذه الخدمة في بعض الحالات تالية للخدمة السابقة فهنالك بعض المواد التي تحتاج إلى عناية خاصة وتوفير بيئة مناسبة لها، وخاصة المخطوطات والكتب النادرة والمواد السمعية و البصرية والمصغرات. بالإضافة إلى أن تجهيزات أنظمة الحاسوب وقواعد المعلومات تحتاج إلى فحص وعناية مستمرة.

العلاقات العامة :

العلاقات العامة تعني إعداد برنامج منظم للاتصال بين المؤسسة وعملائها يقوم على الثقة والتفاهم، إن المحتوى المعلوماتي لهذا العمل، كنشر التقارير الصحفية وإعداد النشرات الإعلامية وإجراء البحوث الميدانية لتقصِّي آراء ووجهات نظر المستفيدين والعملاء حول خدمات المؤسسة أو منتجاتها، قد جعل منه خياراً طبيعياً لبعض مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة.

الفهرسة :

تشمل الفهرسة الوصفية إما وفقاً لقواعد الفهرسة الأنجلو أمريكية، أو قواعد فهرسة مبسطة وملائمة للمجموعات الصغيرة، كما تشمل الفهرسة الموضوعية والتحليلية، وقد تكون الفهرسة يدوية آليه.

الكتابة والتحرير :

تتطلب أعمال المؤسسات والشركات الكثير من الأعمال الكتابية : ككتابة التقارير السنوية وتقارير المشاريع والميزانية... وغير ذلك، وتحتاج كتابة هذه التقارير إلى الوضوح والإيجاز والدقة في عرض المعلومات، كما تتطلب أن تكون سليمة من الناحية اللغوية والإملائية ، وكل ذلك يحتاج إلى قدرات مدربة تستطيع مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة أن تقوم بتوفيرها.

المعارض :

تعمل بعض الهيئات والمؤسسات على إقامة معارض لمقتنياتها أو منتجاتها، وفي بعض الأحيان لاتمتلك الخبرات الكافية لإعداد وتنظيم هذه المعارض، أو أنها لاترغب في شغل أوقات موظفيها في أعمال قد تؤثر سلبياً على خدماتها المعتادة للعملاء، لذا فإنها تبحث عن خبراء من خارج الهيئة أو المؤسسة للقيام بذلك.

المكانز :

المكنز أحد الركائز الفنية المساعدة في التكشيف وهو عبارة عن قائمة مصنفة بالمصطلحات وفقاً للمجالات الدلالية أو حدود استعمال المصطلحات مع تحديد مابينها من علاقات[1]. ومن المعتاد ألا تقوم مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة بهذه الخدمة بشكل منفرد، وإنما كجزء من مشروع أكبر كتصميم النظم أو تطوير كشاف محسَّب.

الندوات والمؤتمرات :

تقوم أعمال الندوات والمؤتمرات بشكل أساسي على عرض المعلومات ، ويستخدم أصحاب مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة خبراتهم السابقة في هذا الحقل إما لتقديم خدماتهم للآخرين أو لتنظيم مؤتمرات خاصة بهم.

---

(١) حشمت قاسم . خدمات المعلومات . ص ١٨٦.

النشــــر :

تقـوم مـؤسـسـات خـدمـات المعلومـات المرسـمـة بإصـدار وتوزيـع المطبـوعـات، وخـاصـة تلك المطبـوعـات التـي يكون هـدفـهـا الإعـلام وليس تقـديم المعلومـات كالنشرات الإعلامية والدراسات الميدانية والأدلة، ولقد سهَّل من القيام بمثل هذه الأعمال انتشار الحواسب الصغيرة وبرامج النشر المكتبي، إذ أصبحت تكاليف النشر المصغر في الوقت الراهن غير مرهقة اقتصاديًا.

الـوراقيات :

وهي قوائم للكتب والمقالات التي تعدُّ استجابة لطلب مقدَّم من عميل يرغب في الحصـول على قـائمـة وراقـيـة في مـجـال مـوضـوعي مـعـين تغطي مـدة زمنيـة مـحددة ويتم إعداد هذه القوائم عن طريق البحث المباشر في قواعد المعلومات، أو البـحـث في قـوائم النـاشـرين، أو من خـلال مـجـمـوعـة واسـعـة من الـوراقـيـات الجاهزة.

الفصل الرابع
مصادر المعلومات

فيما عدا المكتبات التي تعتمد ، غالبًا، على مجموعاتها الخاصة في تلبية طلبات المستفيدين، فإن مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة تلجأ عادة إلى المصادر الخارجية للقيام بواجباتها وأبرز المصادر التي تعتمد عليها مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة هي : المصادر الوثائقية ، والمصادر غير الوثائقية، وقواعد المعلومات .

المصادر الوثائقية :

تعد المكتبات أهم مراكز الحصول على المصادر الوثائقية التي يتردد عليها العاملون في مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة، وتُقسَّم مصادر المعلومات الوثائقية حسب طبيعة المعلومات التي تشتمل عليها إلى : مصادر أوّلية ، ومصادر ثانوية، ومصادر الدرجة الثالثة.

فالمصادر الأولية : هي الوثائق التي تنشر لأول مرة في موضوعها وتشتمل على المعلومات أو التصوُّرات أو التفسيرات الجديدة لحقائق أو أفكار معروفة وتضم الكتب، والدوريات، ونتائج البحوث، وأعمال المؤتمرات ، والمطبوعات الرسمية، وبراءات الاختراع، والمواصفات والمقاييس، والمواد الإعلامية التجارية، والرسائل الجامعية بالإضافة إلى المحفوظات كمذكرات المعامل واليوميات وغيرها. **والمصادر الثانوية** تعتمد في مادتها على المصادر الأولية وتقدم عرضًا مرتبًا ومنظمًا وفق خطة معينة للمعلومات المنشورة في المصادر الأولية ولا تقدم معلومات جديدة وتتمثل في الكشافات والمستخلصات والببليوجرافيات والأدلة والعروض والمراجعات والكتب المرجعية كدوائر المعارف والقواميس وكتب التراجم وغيرها. **أما مصادر الدرجة الثالثة** فتتركز مهمتها في إرشاد الباحث للاستفادة من المصادر الأولية والثانوية كقوائم الوراقيات، وأدلة الأدبيات، وأدلة قواعد المعلومات.

ويمكن لمؤسسات خدمات المعلومات المرسمّة أن تحصل على هذه المصادر بشكلها المطبوع أو على وسائط سمعية بصرية أو فلمية مصغرة من المكتبات العامة أو الأكاديمية أو المتخصصة.

المصادر غير الوثائقية :

المصادر غير الوثائقية هي تلك التي لاتكون مخزنة على أي نوع من أنواع أوعية المعلومات وإنما تستقي مشافهة من مصادرها وتنقسم إلى فئتين :

المصادر الرسمية مثل :

أ – الإدارات والوزارات والمصالح الحكومية .

ب– الجمعيات العلمية والاتحادات المهنية.

جـ – مراكز البحوث والجامعات والمؤسسات العلمية.

د – المكاتب الاستشارية .

هـ – المؤسسات الصناعية في القطاعين العام والخاص.

و – المؤسسات والشركات التجارية.

والمصادر غير الرسمية أو الشخصية مثل :

أ – التحدث إلى الخبراء في موضوعات معينة .

ب – اللقاءات الجانبية في المؤتمرات والندوات.

جـ – محادثات الزملاء والزوار .

وتعد هذه الفئة من مصادر المعلومات من أهم المصادر التي تلجأ إليها مؤسسات خدمات المعلومات المرسّمة للإجابة عن استفسارات العملاء التي لاتتمكن من العثور عليها في المصادر الوثائقية ، غير أنه يجب على تلك المؤسسات أن تتأكد من أن تلك المعلومات التي تحصل عليها عن هذا الطريق لن تستخدم بشكل غير قانوني، وخاصة تلك التي تتعلق بالاكتشافات العلمية والقضايا الصناعية التي قد تدخل ضمن مشكلة (التجسس الصناعي).

قواعد المعلومات :

يمكن تعريف قواعد المعلومات بأنها مجموعة من المعلومات يتم اختزانها واسترجاعها بواسطة الحاسوب ، وهنالك أنواع عديدة من قواعد المعلومات ؛ فمن حيث الوظيفة هنالك قواعد المعلومات المرجعية التي تحيل المستفيد إلى مصادر المعلومات، وقواعد المعلومات المصدرية التي تقدم للمستفيد المعلومات بذاتها بدلاً من إحالته إلى مصادر أخرى، كما تنقسم من ناحية التغطية الموضوعية إلى قواعد ضخمة ذات تغطية شاملة، وقواعد المعلومات الصغيرة التي تغطي موضوعًا واحدًا أو عددًا محدودًا من الموضوعات(١)،ويمكن الاستفادة من قواعد المعلومات بأحد الأساليب التالية :

١ - الحصول على قواعد المعلومات لاستخدامها داخليًا : يقوم العديد من منتجي قواعد المعلومات بإصدارها على أقراص الليزر المكتنزة (CD - ROM) ذات القدرة الفائقة على الاختزان ؛ حيث يمكن اختزان مايعادل (٢٥٠ر٠٠٠) صفحة مطبوعة على قرص ، وغالبًا، مايمكن الحصول عليها إما عن طريق المنتجين مباشرة أو عن طريق الموزعين المحليين مقابل اشتراك سنوي. ومن أهم الموزعين لقواعد المعلومات على اسطوانات الليزر : دايلوج (DIALOG) ، وسيلفر بلاتر (Silver Platter) وباوكر (Bowker) وتمتاز قواعد المعلومات على أقراص الليزر بعدة مزايا (٢) :

أ - سهولة استخدامها من قبل المستفيدين بأنفسهم .

ب - إمكان تعديل وتغيير استراتيجية البحث المستخدمة كلما احتاج الأمر إلى ذلك.

جـ - توفير التكاليف ؛ إذ تقتصر التكلفة على قيمة الاشتراك فقط، وبذلك يتم

---

(١) الدوسري ، ٥٤ .

(٢) أحمد علي تمراز « خدمات المعلومات بمدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية » عالم الكتب ١١، ع٣ (المحرم ١٤١١هـ) : ٣٦٣.

توفير تكاليف الاتصالات الهاتفية اللازمة لعمل البحث، كما لاتوجد قيمة للوقت لاستغلال قواعد المعلومات .

د -إمكانية تحديثها باستمرار؛ حيث يقوم المنتج أو الموزع باستبدال الأقراص القديمة بأقراص محدثة مابين فنية وأخرى على مدار العام، قد يكون أسبوعياً أو شهرياً أو كل ثلاثة أشهر، حسب طبيعة المعلومات التي تحملها وسرعة تجددها .

هـ - يستطيع المستفيد استخدامها في أي وقت، كما أنه ليس هنالك تحديد للمدة التي يمكن أن يقضيها باستخدامها .

و - يمكن استخدامها بواسطة الحاسوب الشخصي المهيأ لاستخدام أقراص الليزر المكتنزة (CD - ROM Drive) .

٢ - البحث من خلال الاتصال المباشر بقواعد المعلومات من مقر المستفيد :

فهنالك بعض قواعد المعلومات التي لاتكون حاجة المستفيد إليها دائمة، كما أن الحصول على جميع قواعد المعلومات التي لاتكون حاجة المستفيد إليها دائمة، كما أن الحصول على جميع قواعد المعلومات المتاحة على أقراص الليزر مكلف جداً، بالإضافة إلى كل ذلك فإن هنالك العديد من قواعد المعلومات غير متاحة على أقراص الليزر. وفي هذه الحالة يمكن للمستفيد استخدام قواعد المعلومات عن طريق الاتصال المباشر بالمنتجين ، أو الموزعين ، ويعد الاتصال عن طريق الموزعين أكثر انتشاراً ؛ لأنهم يتيحون للمستفيد البحث في العديد من المؤسسات المنتجة لقواعد المعلومات وفي أماكن مختلفة؛ بالإضافة إلى أن العديد من منتجي قواعد المعلومات قد توقفوا عن تقديم خدمات البحث المباشر كلية نتيجة لتزايد عدد الهيئات التي تقوم بدور الوساطة بين المنتج والمستفيد النهائي [١] . ويتضمن (الجدول ٢) بياناً ببعض الموزعين الدوليين لخدمات البحث المباشر في قواعد المعلومات الببليوجرافية، وفي (الجدول ٣) بعض

(١) حشمت قاسم ، ٣٧٤ .

الموزعين لخدمات البحث المباشر في قواعد المعلومات النصية والرقمية . ويتطلب الاتصال المباشر بقواعد المعلومات توفر الأمور التالية لدى المستفيد (١) :

أ - إذن الاتصال بالبنك ، ويتم الحصول عليه في العادة عن طريق الاشتراك وإعطاء المستفيد، كلمة سر، تسمح له بالدخول إلى قواعد المعلومات في النظام وتتمثل الرسوم الذي يتقاضاها موزعوا خدمات البحث المباشر في دفع اشتراك سنوي يكون ثابتًا، ورسوم إضافية تتعلق بكل حالة بحث على انفراد وتعتمد على نوعية البحث والوقت الذي يستغرقه الاتصال، وقد تدفع الرسوم إلى الموزع أو إلى شبكة الاتصال.

الجدول رقم (٢)

مجموعة من موزعي خدمات البحث الببليوجرافي عالميا (٢)

اسم الموزع	الموقع	التغطية
دايلوج (DIALOG)	الولايات المتحدة الامريكية	واسعة جدا
خدمات الاسترجاع الببليوجرافي (BRS)	الولايات المتحدة الامريكية	واسعة
المكتبة الطبية الأمريكية (MEDLINE)	الولايات المتحدة الامريكية	الطب والعلوم البيولوجية
داتا ستار (DATA STAR)	إنجلترا	واسعة
(CANIOLE)	كندا	واسعة
(ESA/IRS)	إيطاليا	واسعة
كويستال (QUESTEL)	فرنسا	واسعة
دميدي (DIMIDI)	ألمانيا	واسعة

(١) عاطف يوسف « بنوك المعلومات والاسترجاع على الخط المباشر التربية ٢٠ ، ع٩٤ (سبتمبر ١٩٩٠م) : ٥٤٤ .

(٢) الدوسري ، ٧٨ .

الجدول رقم (٣)

مجموعة من موزعي خدمات البحث في القواعد النصية والرقمية [١]

اسم الموزع	الموقع	التغطية الموضوعية
ليكسيس (LEXIS)	الولايات المتحدة الامريكية	القوانين
بروفايل (PROFILE)	إنجلترا	الأخبار المالية والاقتصادية
شبكة الأخبار (NEWSNET)	الولايات المتحدة الامريكية	المعلومات التجارية

ب - حاسوب مصغر أو طرفية .

جـ - مودم : وتعني المحول وهي مركبة من كلمتي (MODULAR DEMODULAR)، ويقوم بتحويل الإشارات الرقمية الصادرة عن الحاسوب إلى صوتية لتنتقل عبر أسلاك الهاتف ثم يعيد تحويلها إلى إشارات رقمية مرة أخرى ليستقبلها الحاسوب على الطرف الآخر.

د - شبكة الاتصالات : يستخدم الهاتف عادة للاتصال بقواعد المعلومات المحلية، أما قواعد المعلومات النائية فيتم الاتصال بها إما عن طريق شبكات الاتصال عن بعد (Telecommunication Networks) ومن هذه الشبكات العاملة في منطقة الخليج: شركة كيبل أند وايرلس (Cable & Wirles) ومقرها دولة البحرين ولها مكاتب في المملكة العربية السعودية ، وكذلك شبة تيلينت (Telenet)، وشبكة (Western Union International) أو عن طريق شبكات تراسل المعطيات والتقسيم بالرزم (Packet Switch-ing Systems) التي تتبع عادة خدمات الهاتف ومنها « خدمات الوسيط » التابعة لوزارة البرق والبريد والهاتف في المملكة العربية السعودية[٢].

هـ - برنامج الاتصال الذي يربط الطرفية بالشبكة.

(١) المصدر السابق ، ٧٩.

(٢) الدوسري ، ٨٥ .

و – أدوات استنساخ المخرجات (طابعة ، أسطوانة ، ..... إلخ).

ز – دليل النظام الذي يراد الاتصال به ، وما يتصل بذلك كالمكنز أو المكانز التي يستخدمها النظام.

حـ – المتخصص القادر على وضع استراتيجية البحث ، ومحاورة النظام.

٣ – البحث المباشر خارج مقر المستفيد : قد لاتتوافر لدى المستفيد الإمكانات المادية أو البشرية للحصول على قواعد المعلومات أو توفير التجهيزات اللازمة للبحث في قواعد المعلومات من مقر المستفيد، وفي هذه الحالة يمكن اللجوء إلى المكتبات ومراكز المعلومات المحلية التي تقدم خدمات البحث المباشر في قواعد المعلومات، وهنالك العديد من هذه المكتبات ومراكز المعلومات في جميع أنحاء العالم، ويضم (الجدول٤) بعض مراكز المعلومات في المملكة العربية السعودية ودول الخليج التي تقدم خدمات البحث المباشر في قواعد المعلومات المحلية والعالمية .

جدول رقم (٤)

بعض الجهات التي تتيح خدمات البحث المباشر في قواعد المعلومات بالمملكة العربية السعودية ودول الخليج العربية.

اسم المركز	الموقع
البنك العربي للمعلومات	دبي
مدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية	الرياض
مركز الأبحاث العلمية بجامعة الملك فهد للبترول والمعادن	الظهران
مركز المعلومات بالأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج	الرياض
مركز المعلومات بمعهد الدراسات الأمنية والتدريب	الرياض
مركز المعلومات بمنظمة الاستشارات الصناعية	الدوحة
مركز المعلومات الوطني بوزارة الداخلية	الرياض
مركز المعلومات بهيئة المواصفات والمقاييس	الرياض
مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية	الرياض
المركز الوطني للمعلومات المالية بوزارة المالية	الرياض
مكتبة جامعة الملك فهد للبترول والمعادن	الظهران
المكتبة الهندسية بشركة أرامكو السعودية.	الظهران
معهد الكويت للأبحاث العلمية	الكويت

الفصل الخامس
قضايا ومشكلات

لاتزال هنالك بعض القضايا والمشكلات التي يجب على من يرغب الدخول في مجال خدمات المعلومات المرسمة أن يكون واعياً لها، سواء منها تلك المتعلقة بالأنظمة والقوانين، أو تلك التي تحكمها أخلاقيات المهنة.

وتعدُّ مسألة (حقوق الطبع) إحدى أبرز المشكلات القانونية التي تواجه مؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة ؛ بل ومجتمع المكتبات والمعلومات بأكمله، ومن أبرز المشكلات في هذا المجال ألا يدرك العملاء تعقيدات قوانين حقوق الطبع فيتجاهلونها، ومن الواجب على المؤسسة أن تنبِّه العميل إليها إذا كانت موضع جدل، ولا يشكل ذلك معضلة لايمكن قهرها ؛ فالعملاء غالباً مستعدُّون لشراء الوثيقة إذا كان لايمكن تصويرها، كما أن بإمكان المؤسسة أن تستفيد من مفهوم (التجارة العادلة fair trading) الذي تشتمل عليه قوانين حقوق الطبع، عادة، والذي يسمح بتصوير نسبة من الكتاب لاتتجاوز (١٠٪) فقد كحدٍّ أقصى، أو مقالة واحدة من أحد أعداد المطبوعات الدورية، دون الحصول على إذن مالكي حقوق الطبع.

وتبرز القضية الأكثر خطورة في مجال انتهاك الأنظمة والقوانين عندما يتظاهر العملاء بالجهل بالقانون، بينما هم في الواقع يحاولون إقناع مؤسسة خدمات المعلومات المرسمة بالحصول على المعلومات بشكل غير قانوني؛ مثل الحصول على معلومات عن منظمات عسكرية ، أو الحصول على معلومات تدخل ضمن دائرة التجسس الصناعي « Industrial espionage» وعلى المؤسسة، في مثل هذه الحالة، أن تؤكد على عملائها بأن هذه ليست مهمتها وإنما الدور الذي يمكن أن تقوم به هو الحصول على معلومات متاحة قانونياً ، ولكنها قد تكون محاصرة بقيود البيروقراطية كالتقارير، والإحصاءات، والدراسات المسحية التي

تنتجها الهيئات الحكومية، أو تلك المعلومات التي قد تكون مجمعة ومرتبة بطريقة لاتتفق مع الطريقة التي ورد بها سؤال العميل.

وهنالك قضية بالغة الأهمية يدور حولها الجدل في مجتمع خدمات المعلومات المرسمة حول مدى التبعات القانونية التي تتحملها المؤسسة عند تقديم معلومات غير صحيحة، أو غير كافية مما يؤدي إلى تشخيص غير دقيق للحالة واتخاذ قرارات تؤثر بشكل سلبي على أعمال العميل وقد يكون عدم صحة المعلومات أو قصورها ناشئًا عن المصدر الذي استقت منه المؤسسة تلك المعلومات، أو بسبب الاهمال وسوء التصرف من قبل من قام بتجميعها. وفي الحالة الأولى يجب على المؤسسة أن تتوخى الحرص والدقة في اختيار مصادر المعلومات ، وأن تشير إلى ذلك في العقود التي تبرمها مع العملاء وفي نشراتها الدعائية، مع التنبيه إلى أنها غير مسئولة عن صحة وكفاية تلك المعلومات التي استقتها من مصادر معروفة وموثوق منها(١)، أما في الحالة الثانية فتقترح آن مينتز (Anne Mintz) في مقالة تناقش هذه القضايا، إمكانية طلب ضمان عن الإهمال أو سوء التصرف(٢).

وتعد تكلفة البحث السلبي إحدى المشكلات الرئيسية التي تقلق مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة، فقد لاتتمكن في بعض الحالات من العثور على معلومات للإجابة عن أحد الاستفسارات إما لعدم وجود معلومات للإجابة عن أحد الاستفسارات إما لعدم وجود معلومات أصلاً عن السؤال، أو نتيجة لفشل المؤسسة في تحديد موقعها، أو أن تكون المعلومات الموجودة سرية ولا يمكن الحصول عليها. ومن ثم فلابدّ من وجود رسوم لتغطية تكاليف الخدمات التي تمت، وفي هذه الحالة يعتمد ردّ فعل العملاء على مايتوقعونه من نتائج البحث، فالبحث عن براءات الاختراع ، مثلاً ، غالبًا ، مايثمر عن نتيجة سلبية؛ ولذلك

---

(١) Warner, P. ، ٧٤

(٢) Anne Mintz " Information practice and malpractice" Library Journal 110(15)(15 September 1985) : 38-43.

فإن العملاء في هذا الحقل يتفهمون ذلك، كما أن وجود علاقة مميزة بين المؤسسة والعميل ؛ بحيث يكون لدى العميل ثقة بقدرة المؤسسة على العثور على المعلومات إذا كانت متاحة، يؤدي إلى عدم وجود أية مشكلات بسبب المردود السلبي للبحث، ومن مصلحة الطرفين أن تقوم المؤسسة بتنبيه العميل إذا كان الاستفسار غامضاً، أو بالغ الدقة؛ بحيث يبدو وكأنه لايوجد معلومات عنه. إن من الواجب عليها أن يبقي العميل على علم بأية صعوبة قد يسببها الاستفسار ومن الأفضل مناقشة الموضوع قبل أي إجراء ، لكي يكون العميل مستعداً لاحتمال المردود السلبي مما يساعد في تجنب أي نوع من سوء التفاهم.

وهنالك بعض المشكلات التي لاتحكمها الأنظمة والقوانين وإنما تحكمها أخلاقيات المهنة، ومن أكثر هذه المشكلات شيوعاً عدم صدق ممثل مؤسسة خدمات المعلومات المرسمة عند التعريف بنفسه، كأن يقدِّم نفسه باسم غير اسمه، أو أن يحرِّف الحقائق المتعلقة بعمله من أجل الحصول على المعلومات، ومن الواضح أن هذا سلوك غير مهني يجب تجنبه وعلى كل مؤسسة أن تؤكد على حظر ذلك في سياستها .

كما تمثل العلاقة بين مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة والمكتبات مشكلة أخرى، فالواقع أن عدداً قليلاً من هذه المؤسسات تمتلك مجموعات مرجعية للإجابة عن الاستفسارات التي ترد إليها ، كما أن الكثير منها ليس لديها اختصاصيون في إعداد البحوث وتحليل البيانات، ولذلك يتردد موظفوها باستمرار إلى المكتبات العامة وتبرز المشكلة عندما تشعر المكتبات أن مؤسسة خدمات المعلومات المرسَّمة تستفيد من خدماتها المجانية وتستخدم موظفيها الذين تدفع مرتباتهم للحصول على معلومات وبيانات تقوم ببيعها لعملائها، وبمعنى آخر فإن مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة تتقاضى أجراً على معلومات يمكن للعميل أن يحصل عليها مجاناً،

والواقع أنها ليست مشكلة المؤسسة في أن العملاء يجهلون كيفية الحصول على تلك المعلومات مجانًا من مصادرها، أو أنهم لايملكون الوقت أو الموظفين اللازمين للحصول على تلك المعلومات، فالمؤسسة في الحقيقة تتقاضى رسومًا عن الخدمات التي تقدمها وليس عن المعلومات ذاتها(١).

هنالك أيضًا خطر التعارض في المصالح، سواء بين مؤسسات خدمات المعلومات المرسَّمة نفسها، بسبب التنافس على الموظفين والعملاء الذي قد يمثّل مشكلة أكبر مع التوسع في هذا المجال، أو بين مصالح العملاء عندما تعمل المؤسسة لعميلين متنافسين. ومن الطبيعي أن ذلك يعتمد على مدى حساسية الخدمات المقدمة : كبحوث التسويق والإنتاج أو البيانات المالية وما أشبه ذلك وقد يحدث ذلك أحيانًا في موضوعات أكثر عمومية، وعلى المؤسسة أن تقوم بإعلام العملاء بإمكانية حدوث ذلك فإذا لم يمانعوا فليس هنالك مايمنع من القيام بمثل هذا النوع من العمل، وفي مثل هذه الحالة تكون أهمية السرية أكبر بكثير ، فمن المهم جدًا ألا تناقش استفسارات ومصالح العملاء مع أيٍّ كان. وتثير هذه المشكلة تساؤلاً مهمًا، وهو من الذي له الحق في امتلاك المعلومات التي تقدمها المؤسسة للعميل؟، وبمعنى آخر ؛ هل يحق للمؤسسة أن تبيع المعلومات نفسها التي سبق وأن قامت بإعدادها بناء على طلب من أحد العملاء لعميل آخر أم أن تلك المعلومات قد أصبحت ملكًا للعميل ولايجوز التصرف بها دون إذنه؟.. والواقع أنه من الواجب أن يكون هنالك اتفاق على هذه الحقوق بين المؤسسة والعميل قبل القيام بأى إجراء.

---

(١) Dodd, ٣٤٦

الفصل السادس
المستقبل

تدور في أوساط المشتغلين في مجال خدمات المعلومات المرسمة تساؤلات جادة حول توجهات المستقبل، وخاصة ماتمثله التطورات التقنية، سواء في مجال الاتصال أو وسائط اختزان واسترجاع المعلومات الإلكترونية، من خطر ينذر بالقضاء على مهنة خدمة المعلومات المرسمة.

وتعد أقراص الليزر ذات الذاكرة المقروءة فقط (CD - ROM) وبرامج الاتصال الوسيطة (FRONT-END SOFTWARE) وقواعد معلومات النص الكامل (FULL-TEXT DATABASES) أبرز التقنيات التي تثير مخاوف مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة. وفي حين يرى البعض أن هذه التطورات التقنية ستلغي الحاجة إلى مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة نهائياً ؛ لأنها تتيح للمستفيد النهائي القيام بإجراءات بحثه بنفسه بكل يسر وسهولة دون حاجة إلى وسيط[1]، فإن هنالك من يرى بأنه مثلما أنه سيكون لهذه المنتجات التقنية الحديثة أهمية بالغة في تسهيل عمليات البحث والحصول على المعلومات، وجعلها في متناول المستفيد النهائي، فهي ذات منفعة كبيرة لمؤسسات خدمات المعلومات المرسمة أيضاً، حيث ستتيح لهذه المؤسسات أن تفيد من الوقت، الذي يصرف ، عادة ، في البحث عن المعلومات، في مجالات أكثر أهمية؛ كتحليل وتنظيم وتجهيز المعلومات لتلائم احتياجات العملاء. ولذلك فإن اصحاب هذا يرون أن هذه التطورات التقنية قد تقلل من أهمية بعض خدمات المعلومات المرسّمة كالبحث عن الوثائق وتوصيلها مثلاً، ولكنها لن تضعف الحاجة إلى الأنواع الأخرى من الخدمات، وخاصة إجراء البحوث وتوثيق وتحليل وتقييم المعلومات، وخدمات الاستشارة [2]، وممن يرون هذا الرأي لانكستر (F.W. Lancaster) الذي يرى أن مستقبل خدمات المعلومات المرسّمة يعتمد على

(١) F.W. Lancaster " Implications for library and information science education" Library Trends 32(3), Winter 1984, 327-37.

(٢) Maranjian, ١٢٨

الإجابة عن التساؤلات التالية :

١ – هل سيرتفع الطلب على المعلومات.

٢ – هل ستستمر حاجة العملاء إلى معونة الأخصائيين في حل مشكلاتهم المعلوماتية.

وهو يجيب عن التساؤل الأول بأن خصائص (عصر المعلومات) توحي بأن البحث عن المعلومات وإجراءات هذا البحث ستصبح أكثر أهمية على جميع الأصعدة . أما بالنسبة للسؤال الثاني فهو يعتقد بأن التطورات التقنية قد تضعف مكانة المكتبات، ولكنها لن تلغي دور أخصائيي المعلومات الذين يتوقع أن يكونوا أكثر تخصصاً فيما يتعلق بالموضوع الذي يتعاملون معه، ويمثل للأعمال التي يمكن أن يقوم بها هؤلاء بما يلي[١] :

١ – إرشاد المستفيدين إلى أكثر المصادر ملاءمة لاحتياجاتهم.

٢ – تحليل المعلومات واختيار مايناسب احتياجات المستفيد منها.

٣ – التعليم والتدريب على كيفية اختيار المصادر وطريقة الحصول عليها والاستفادة منها.

٤ – التخطيط للنشرات الالكترونية وتصميمها.

٥ – تصميم وتشغيل الشبكات الالكترونية.

٦ – تنظيم ملفات المعلومات الإلكترونية.

٧ – إبداع وتنفيذ أنواع جديدة من خدمات المعلومات.

٨ – إحاطة المستفيدين بمصادر المعلومات الجديدة.

هنالك أيضاً الخطر المتزايد من انقسام العالم إلى أغنياء المعلومات « information rich» وفقراء المعلومات «information poor» نتيجة لهذه التطورات التقنية (فقد كان هنالك دائماً عدم تكافؤ في فرص الحصول على المعلومات والاستفادة منها، وكل مافعلته تقنية المعلومات هو تعزيز عدم التكافؤ هذا)[١].

---

(١) Lancaster, ٣٤٣

فالتطور الذي حدث في أنظمة الاسترجاع المباشر للمعلومات، وأنظمة الاتصال عن بعد قد جعل قواعد المعلومات في أي دولة بمتناول الدول الأخرى، مما دفع تلك الدول إلى العمل بكل جدية لسن قوانين، وطنية ودولية، تحد من تدفق المعلومات، ولذلك نجد أن النمو المضطرد في أعداد مصادر المعلومات يصحبه توسع في التشريعات التي تقيد التدفق الحر للمعلومات (٢)، وقد كان من نتائج ذلك ظهور مايطلق عليه (فجوة المعلومات) بين الدول المتقدمة والدول النامية(٣).

وتستطيع مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة أن تقوم بدور ريادي في تضييق تلك الفجوة عن طريق توسيع تجارة المعرفة لمصلحة أولئك الذين لايملكون طريقة أخرى للوصول إليها من ناحية. ومن الناحية الأخرى نجد أن تلك المؤسسات، وخاصة الصغيرة منها، قد تجد نفسها في خطر من أن تصبح جزءًا من فقراء المعلومات، وبالتالي فإنه من المؤكد أن معظم عملائها سيكونون من تلك المجموعة، خاصة إذا ماعرفنا أن الشركات الكبرى متعددة الجنسية ذات الإمكانات الهائلة، بل وبعض الهيئات الحكومية، قد بدأت تسعى لغرس أقدامها في هذه الصناعة النامية. فقد بذلت شركة النشر المعروفة « pergamon» كل مافي وسعها في سبيل امتلاك واحدة من أكبر شركات خدمات المعلومات المرسمة في كاليفورنيا هي شركة: معلومات تحت الطلب « information on De-mand» عام ١٩٨٣م. كما قامت المكتبة البريطانية بإنشاء عدد من الخدمات المرسمة وهي تخطط للتوسع في هذا النوع من الخدمات. بل لقد أخذت تلك الشركات تحظر على مؤسسات خدمات المعلومات المرسمة المستقلة الاستفادة من خدماتها، وأجد الأمثلة على المعلومات المقيدة هو قاعدة المعلومات القانونية الأمريكية « LEXIS» وهي قاعدة معلومات للقوانين والقرارات التشريعية واللوائح الحكومية متاحة للشركات القانونية، ومكتبات مدارس القانون

---

(١) Wilson, ٤

(٢) Library Association. The impact of new technology on libraries and information centres. (Library Association Pamphlet, 38). London: LA, 1983. P.٣٧ ,

(٣) نصر الله منكلو « أهمية الملكية الصناعية بالنسبة إلى عملية التنمية التكنولوجية والاقتصادية في العالم العربي » آفاق اقتصادية ٢ (٦)، (أبريل ١٩٨١) ص ١٤٧.

وجمعيات المحاماة التي تتيح خدمات البحث المباشر ولكنها غير متاحة لمؤسسات خدمات المعلومات المرسمة المستقلة، وبالرغم من أن الشركة تدّعي أنها تفعل ذلك لأنها تخشى من سوء الاستخدام للمعلومات القانونية عندما تقع في أيدي أناس لاعلاقة لهم بالقانون إلا أن المعتقد أن للاعتبارات التجارية أهمية أكبر، فعن طريق تقييد الخدمات تستطيع الشركة أن تتقاضى أجوراً أعلى [١].

بقيت نقطة أخيرة تتعلق بمستقبل هذا النمط من خدمات المعلومات في البلاد العربية. والحقيقة أو واقع المجتمع العربي، بوصفه من المجتمعات النامية، يمتاز ببعض المزايا التي تجعله مختلفاً عن المجتمعات المتقدمة التي انتشرت فيها خدمات المعلومات المرسمة، وأهم هذه المزايا، التي قد تؤثر سلباً على مستقبل خدمات المعلومات المرسمة في الدول العربية، هو تدني مستوى الوعي بأهمية وقيمة المعلومات في البلاد العربية[٢]، يسري ذلك على القطاعين: العام والخاص معاً، وفي مختلف المجالات الصناعية ، والتجارية، وغيرها. وفي دراسة أجرتها المؤسسة العربية لضمان الاستثمار تبين أن ٨٥٪ من المشروعات التي شملتها الدراسة قد تعثرت نتيجة لقصور دراسات الجدوى بسبب عدم كفاية ودقة المعلومات التي بنيت عليها هذه الدراسات[٣] ، وفي دراسة للصوينع عن استخدام الموظفين للمكتبات الحكومية اتضح أن النسبة الكبيرة من الموظفين وتشكل ٣٣٪ لايستخدمون المكتبة إلا في أدنى مستويات الاستخدام، أما أعلى مستويات الاستخدام والتي تمثل الزيارات المستمرة فتأخذ نسبه ٧٪ فقط من مجموع الموظفين[٤]. وإذا ماعرفنا أن ضعف الاهتمام بالمعلومات هذا يحدث في ظل وجود العديد من المكتبات ومراكز المعلومات التي توفر خدمات المعلومات مجاناً، فيما عدا بعض المعلومات التي تتقاضى رسوماً رمزية، خاصة على

---

(١) Crawford, ٢٦

(٢) عبدالرازق يونس « نقل تكنولوجيا المعلومات إلى العالم الثالث مع التركيز على الدول العربية » المجلة العربية للإدارة ١٠. ع٣ (صيف ١٩٨٦م) : ٨٣١.

(٣) « دراسة عربية على ٢٤ مشروعاً استثماريا في ٧ دول عربية » تجارة الرياض ٢٨ (شوال ١٤١٠هـ): ٤٠.

(٤) علي السليمان الصوينع استخدام الموظفين للمكتبات الحكومية . الرياض: معهد الإدارة العامة، ١٤٠٦هـ. ص ١٨٢

خدمات البحث المباشر في قواعد المعلومات، تهدف إلى تغطية جزء من التكاليف فقط، فهل يمكن أن نتوقع النجاح لمؤسسات تهدف أساساً إلى الربح المادي عن طريق تقديم خدمات المعلومات؟.

الواقع أن هذا الوضع الذي يوحي بعدم التفاؤل، قد يكون مدعاة لتوقع نجاح خدمات المعلومات المرسمة مستقبلاً في الوطن العربي، إذا مانظرنا إليه من زاوية أخرى، فتعثر المشروعات ووقوع الكثير من رجال الأعمال ضحايا للنصب والاحتيال من قبل الشركات الوهمية لابد أن يدفع بالمسئولين عن مثل هذه المشروعات ورجال الأعمال لأن يدركوا أهمية وقيمة المعلومات كوسيلة علمية لتحقيق النجاح والتطور لأعمالهم فإذا ما أضيف إلى ذلك أن هنالك من يرى أن عدم الاعتماد على المعلومات ليس ناتجاً عن عدم الوعي بقيمة وأهمية المعلومات وإنما هو بسبب عدم توافر المعلومات مما يدفع العديد من رجال الأعمال والصناعيين إلى الاعتماد، في سبيل الحصول على المعلومات، على الاتصالات الشخصية والأساليب الدعائية التي تبثها الشركات الأجنبية في سبيل ترويج إنتاجها. ولذلك فإن من الضروري وجود مؤسسات إعلامية وطنية تتولى مسئولية تزويد المشروعات الوطنية، تجارية أو صناعية، بما تحتاجه من معلومات وتساعدها على التحقق من مصداقية المعلومات المروجة(١).

---

(١) نادية الشيشني « تنظيم وترشيد استيراد التكنولوجيا في الدول النامية » التعاون الصناعي ١٠، ع ٣٨ (أكتوبر ١٩٨٩م) : ٥٦.

المصــــادر

المصادر العربية

١ – أثرتون بولين **مراكز المعلومات : تنظيمها وإدارتها وخدماتها.** ترجمة/ حشمت قاسم القاهرة مكتبة غريب، ١٩٨١م.

٢ – أمان ، محمد محمد . **خدمات المعلومات : مع إشارة خاصة إلى الإحاطة الجارية.** الرياض دار المريخ، ١٤٠٥هـ.

٣ – تمراز، أحمد علي « خدمات المعلومات بمدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية » عالم الكتب ١١ ، ع٣ (محرم ١٤١١هـ).

٤ – « **دراسة عربية على ٢٤ مشروعاً استثمارياً في ٧ دول عربية** » تجارة الرياض ٢٨ (شوال ١٤١٠هـ).

٥ – الدوسري ، فهد مسفر فهد **أسس البحث المباشر في قواعد المعلومات** (مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية ، السلسلة الأولى ٧) الرياض : المكتبة، ١٤١٢هـ .

٦ – السالم ، سالم محمد ، **خدمات المعلومات بمدينة الملك عبدالعزيز للعلوم والتقنية** : دراسة ميدانية من وجهة نظر المستفيدين . (مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية ، السلسلة الأولى ٦) الرياض : المكتبة، ١٤١٢هـ.

٧ – الشامي ، أحمد محمد وسيد حسب الله **المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات** : إنجليزي – عربي . الرياض : دار المريخ، ١٤٠٨هـ.

٨ – الشيشني، نادية « **تنظيم وترشيد استيراد التكنولوجيا في الدول النامية** » التعاون الصناعي ١٠، ع٣٨ (أكتوبر ١٩٨٩م) : ٥٤ – ٥٨.

٩ – الشيمي، حسني عبدالرحمن « **تحليل النظم ودوره في إنشاء وتطوير خدمات المكتبات والمعلومات** » حولية المكتبات والمعلومات٣(١٤١١هـ):٧-٢٢

١٠ – الصوينع ، علي السليمان **استخدام الموظفين للمكتبات الحكومية.** الرياض معهد الإدارة العامة، ١٤٠٦هـ .

١١ – عبدالحق، رشيد. **المصطلحات العربية في علوم المعلومات** : دراسة لغوية وتطبيق على ألفاظ الفهرسة والتصنيف. تونس : المعهد الأعلى للتوثيق ، ١٩٨٣م.

١٢ – عطيه ، طاهر مرسي ، **فن وعلم العلاقات العامة. القاهرة** : دار النهضة العربية، ١٩٩١م.

١٣ – عمر ، محمد حسن. **المراجعة والرقابة الداخلية على أعمل الحاسبات الإلكترونية** : الرياض معهد الإدارة العامة ، ١٤٠٤هـ.

١٤ – قاسم ، حشمت. **خدمات المعلومات : مقوماتها وأشكالها**. القاهرة : مكتبة غريبة ، ١٩٨٤م.

١٥ – قاسم ، حشمت. **مصادر المعلومات وتنمية مقتنيات المكتبات** . ط ٢ مزيدة ومنقحة. القاهرة : مكتبة غريب «١٩٨٩م».

١٦ – منكلو نصرالله. «**أهمية الملكية الصناعية بالنسبة إلى عملية التنمية التكنولوجية والاقتصادية في العالم العربي** » آفاق اقتصادية ٢، ع٦ (أبريل ١٩٨١م).

١٧ – يوسف ، عاطف. « **بنوك المعلومات والاسترجاع على الخط المباشر** » التربية ٢٠ ، ع٩٤ (سبتمبر ١٩٩٠م).

١٨ – يونس عبدالرازق. « **نقل تكنولوجيا المعلومات إلى العالم الثالث مع التركيز على الدول العربية** » المجلة العربية للإدارة ١٠، ع٣ (صيف ١٩٨٦م).

المصادر الأجنبية :

1 . Arnoudse, Donald M. and others. Consulting skills for information professionals. Homewood, Ill.: Dow Jones-Irwin, 1989.

2 . Burwell Helen P..ed. Directory of fee-based information services. Houston, Texas: Burwell Enterprises, (published annually).

3 . Crawford, Marshall J. information broking: a new career in information work. (Library Association Pamphlet: 41). London: LA, 1988.
4 . Dodd, James B. "information Brokers" Special Libraries (May/June 1976), 243.
5 . Everell, John H. and Crowe, Elizabeth Powell. information for sale: how to start and operate your own data research service. , 58.
6 . Giacoma, Pete. The Fee or Free Decision: Legal, economic and ethical perspectives for public libraries. New York: Neal-Schuman Pub., 1989.
7 . Kinder, Robin and Katz, Bill. information brokers and Reference Services. New York: Hawworth Press, 1988.
8 . Leach, James A. and Lynda Nash Leach "Establishing a Business: Fundamental Aspects for information practitioners" Libary Trends 32, No. 3 (Winter 1984): 330-336.
9 . Library Association. The impact of new technology on libraries and information centres. (Library Association pamphlet, 38). London: LA, 1983.
10. The Library Association (UK) "Library and information Services Committee Guidelines for Consultants Working 10, No.3 (1984), 276:277.
11. Maranjian, Lorig and Richard W. Boss. Fee-Based information Services: A Study of a Growing Industry. (information management series, 1). New York: R. R. Bowker, 1980.

12. Mintz, Anne "information practice and malpractice" Library Journal 110, No. 15 (15 September 1985): 38-43.
13. Mount, Ellis ed. Fee-based services in Sci-Tech Libraries New York: The Haworth Press, 1984.
14. National Commission on Libraries and information Services "The role of fees in supporting library and information services in Public and Academic Libraries" Collection Building 8, No. 1 (1987): 3-17.
15. Rochell, Carlton. "The Kenowledge business: economic issues of access to bibliographic information". College and research libraries 46, no. 1 (January 1985): 5-12.
16. Warner, Alice Sizer. Making money: Fees for library services. New York: Neal-Schuman, 1989.
17. Warnken, Kelly. The information brokers: how to start and operate your own fee-based service. (Information Management Series, 2) New York: R. R. Bowker Com., 1981.
18. White, Martin S. Information broking services in USA. (British Library Research & Development Report, 5624). London: British Library, 1980.
19. Wilson, Alex "The information rich and information poor" Aslib proceedings 39, No. 1 (January 1987) 3-6.

وكالة الفـرزدق للدعاية والإعلان
Al Farazdak Agency For Advertising & Publicity
هاتف ٤٧٦٤١٧٤ – فـــاكس ٤٧٨٠٧٦٧